



Jaarrapport Antwerpse monitor Stad Antwerpen

Rapportering editie 2013

© Stad Antwerpen, september 2013

Bron:

Survey data Antwerpse monitor

Verwerking door:

Stad Antwerpen, Studiedienst Stadsobservatie BZ/SSO en Strategie en Onderzoek MC/STRO

Inhoudstabel

Inhoudstabel	2
Inleiding	4
Hoofdstuk 1: Situering en opzet van de Antwerpse monitor	5
1.1 Situering en context	5
1.2 Doelstellingen	6
1.3 De gegevensverzameling	6
1.4 De onderzoeksvragen	7
1.4.1 Vaste indicatoren	7
1.4.2 Variabele indicatoren voor heel 2012	9
1.5 Het onderzoeksmateriaal	15
1.5.1 Respons	15
1.5.2 Representativiteit van de steekproeven	16
1.5.3 Weging	20
1.6 Analyse en rapporteringsmogelijkheden	21
1.6.1 Standaard rapporteringen	21
1.6.2 Thematische analyse en rapporteringen	21
1.6.4 Geografische verfijning en segmentering	21
1.7 Leeswijzer bij de grafieken	22
Hoofdstuk 2: Een stad om in te wonen	23
2.1 Context	24
2.1.1 Uit administratieve bron	24
2.1.2 Huisvesting	24
2.2 Wonen in de stad, wonen in een buurt	26
2.2.1 Levenskwaliteit in de stad	26
2.2.2 Verhuizen	29
2.2.3 De staat van de stad	33
2.2.4 Staat van de stoep	34
2.2.5 Kennis van projecten van de stad	39
2.3 Mobiliteit	42
2.3.1 Verplaatsingsgedrag	42
2.3.2 Schoolomgeving, fietspaden, openbaar vervoer en parkeerplaatsen	45
2.3.3 Houding ten opzichte van/mening effect over Antwerpen Autovrij	60
Kennis en deelname aan Antwerpen Autovrij werd eerst bevraagd in lijst met andere evenementen:	60
3.1 Werk, economie, detailhandel en horeca	68
3.1.1 Winkelaanbod in de buurt	68
3.1.2 Horecabezoek	70
3.1.3 Toekomstverwachtingen over de werkgelegenheid	71
3.2 Onderwijs, jeugd en kinderopvang	72
3.2.1 Aanbod kleuter- en lageronderwijs	72
3.2.2 Aanbod kinderopvang	73
3.3 Werkgeversimago branding stad Antwerpen	73
Hoofdstuk 4: Een bruisende stad	76
4.1 Vrije tijd	77
4.2 Cultuur en sport	78

4.2.1	Deelname aan diverse activiteiten	78
4.2.2	Voorzieningen voor sport en cultuur in de buurt	82
4.2.3	Geïnformeerd over sport en cultuur	84
4.2.5	Voorzieningen voor jongeren en kinderen in de buurt	85
4.3	Kennis van en deelname aan evenementen	88
4.3	Kennis en bezoek Antwerpse musea	92
4.4	Frequent bezochte plaatsen tijdens de zomermaanden	93
	Hoofdstuk 5: Een veilige en propere stad	95
5.1	Stads- en buurtonderhoud: een goed onderhouden publieke ruimte	96
5.1.1	Properheid stad en straat	96
5.1.2	Inspanning stadsbestuur en inwoners laatste maand met betrekking tot properheid straat ..	98
5.2	Veiligheid	98
5.2.1	Verkeersveiligheid	98
5.2.2	Subjectief onveiligheidsgevoel, overlast en risico op slachtofferschap	102
5.4	Kennis en contact met wijkagent	110
5.5	Evaluatie van de dienstverlening van Lokale Politie Antwerpen	112
	Hoofdstuk 6: Een stad voor en door iedereen	117
6.1	Context	118
6.1.1	Mediagebruik	118
6.2	Mate van geïnformeerd zijn	120
6.3	Campagnes	122
6.3.1	Campagne Pas geveegd	122
6.3.2	Campagne Lopen	124
6.3.3	Campagne Blauwe lijn	126
6.3.4	Wonen in Antwerpen	130
6.3.5	Campagne Middelheim	132
6.3.6	Campagne Fiets zomercampagne	135
6.3.7	Campagne Bollekesfeest	137
6.3.8	Campagne Leraren	140
6.3.9	Appreciatie campagnes	144
6.4	Maximale toegang tot kwaliteitsvolle gezondheidszorg op maat	146
6.4.1	Voorzieningen voor senioren op buurtniveau	146
6.4.2	Dienstencentra	148
6.5	<i>Samen leven in de buurt</i>	149
6.6	Stad Antwerpen, verdraagzame stad?	163
	Hoofdstuk 7: Een goed georganiseerde en bestuurde stad	166
7.1	Kennis en gebruik diensten	166
7.2	Tevredenheid over het stadsbestuur	167
7.3	Imago stad	168

Inleiding

Wat voor ligt is het derde volledige jaarrapport van de Antwerpse monitor. Hierin geven we een overzicht van al het materiaal dat we verzamelden op basis van de Antwerpse monitor in 2012.

Het is een volledig rapport in de zin dat alle vragen die we aan de Antwerpenaren stelden in dit rapport aan bod komen. Het is geen uitputtend of exhaustief rapport in die zin dat onder andere meer uitgebreide analyses en segmentatie oefeningen die we deden niet in dit rapport zijn opgenomen.

We willen de lezer dan ook verwijzen naar:

- Wijk-atlas Antwerpse monitor 2013: bundelt de resultaten *in geografisch perspectief* in de vorm van kaarten. Deze wijkatlas maakt deel van dit jaarrapport maar wordt in een afzonderlijke bundel gerapporteerd.

In juli 2009 besliste het college van burgemeester en schepenen om de Antwerpse monitor in te zetten als onderzoeksinstrument. Deze Antwerpse monitor maakt het mogelijk om de strategische doelstellingen van het stadsbestuur permanent op te volgen en te bewaken. De Antwerpse monitor maakt het ook mogelijk om te rapporteren, wat met dit document voor de tweede keer gebeurt.

De Antwerpse monitor is tot stand gekomen door een samenwerking van de stedelijke diensten met een aantal gespecialiseerde externe bedrijven:

- ontwerp van het onderzoek: stad Antwerpen, BZ/studiedienst stadsobservatie en MC/cel marktonderzoek, uitgewerkt met het onderzoeksbureau Made4it uit Oudenaarde
- vragenlijst: stad Antwerpen, BZ/studiedienst stadsobservatie en MC/cel marktonderzoek, Made4it.
- professor emeritus Jaak Billiet en prof. dr. Marc Swyngedouw van de K.U.Leuven gaven kritische feedback op de ontwerp vragenlijst en onderzoeksdesign.
- veldwerk:
 - coördinatie: MC/cel marktonderzoek
 - lay-out en drukwerk: MC/ontwikkeling
 - programmeren online vragenlijst: MC/cel marktonderzoek, BZ/studiedienst stadsobservatie, onder begeleiding van Made4it
 - invoeren antwoorden papieren vragenlijsten: onderzoeksbureau M.A.S., (Market Analysis & Synthesis) uit Leuven
- datacleaning: Made4it
- analyses en rapportering: BZ/studiedienst stadsobservatie en MC/cel marktonderzoek

Auteurs:

- Brenda Casteleyn
- Joost Schoupe
- Reinhard Stoop
- Wendy Mattheesen

v.u.: Ils Neuts, Grote Markt 1, 2000 Antwerpen

Hoofdstuk 1: Situering en opzet van de Antwerpse monitor

1.1 *Situering en context*

In het kader van de strategische doelstellingen werden tal van indicatoren vastgelegd om de acties die door de stadsdiensten worden ondernomen op te volgen en te bewaken. Deze indicatoren nemen deels de vorm aan van feitelijke ‘harde’ cijfers die door de diensten zelf geregistreerd kunnen worden. De studiedienst ontsluit interne en externe bronnen waarover gerapporteerd wordt en uitgebreid online gepubliceerd op www.antwerpen.buurtmonitor.be.

Voor beleidsdomeinen zoals onderwijs en werkgelegenheid zijn er reeds tal van gegevens voorhanden, zodat vragen naar bijkomende informatie daar minder nodig zijn. We hoeven bijvoorbeeld geen enquête meer af te nemen om het aantal werklozen te kennen of de schoolachterstand van leerlingen in Antwerpse scholen.

Naast deze ‘harde’ cijfers zijn er indicatoren gedefinieerd als ‘zachte’ cijfers. Het betreft hier kennis, meningen of gedrag die we niet via registraties kunnen achterhalen, maar waarvoor we de doelgroep zelf moeten bevragen, zoals bijvoorbeeld de tevredenheid over het aanbod aan sportvoorzieningen of de mening over properheid van de stad. Onderzoek is nodig om inzichten te verwerven in de behoeften en noden van Antwerpenaren om hierop beleidsmatig te kunnen inspelen.

Sinds de oprichting van de cel marktonderzoek medio 2007 en de beslissing van het management op 19 juni 2008 om alle onderzoeksvragen via deze cel te laten passeren, kwamen we tot de vaststelling dat er zeer veel vraag is naar stadsbreed onderzoek van ‘zachte’ indicatoren. Deze vraag komt in grote mate van beleidsdomeinen zoals sport en cultuurparticipatie, waarvoor niet steeds harde cijfers geregistreerd worden of waarvan registraties partieel en/of onvolledig zijn. Het gaat telkens over onderzoeken die uitgezet moesten worden naar een steekproef van inwoners van de stad Antwerpen en waarvoor de capaciteit noch budgetten voorhanden waren, waardoor geen onderzoek kon worden uitgevoerd.

Bovendien is er ook de behoefte om na te gaan hoe bepaalde indicatoren zich na verloop van tijd ontwikkelen en wat de impact van bepaalde acties hierop is. Op basis van de specifieke onderzoeken die in het verleden reeds gebeurden, kan dit niet. Enerzijds omdat de tijdspannes tussen verschillende metingen te groot zijn, en trendbreuken daarom moeilijk te identificeren zijn. Anderzijds omdat kleine verschillen in vraagstelling of methodologie elke vergelijking al onmogelijk maken.

Om op deze vragen een antwoord te kunnen bieden, ontwikkelde de cel marktonderzoek samen met de Studiedienst Stadsobservatie een nieuw concept voor onderzoek: de Antwerpse monitor. Op 17 juli 2009 keurde het college van burgemeester en schepenen deze nieuwe onderzoeksmethode goed.

1.2 Doelstellingen

Vijf doelstellingen van de Antwerpse monitor wijzen op het belang van dit instrument voor het beleid:

- Dankzij de Antwerpse monitor kunnen de omgevingsindicatoren voor de doelstellingenboom¹ **op een planmatige en gestructureerde wijze onderzocht en gerapporteerd** worden. In het kader van de strategische cyclus worden deze indicatoren ieder kwartaal gerapporteerd.
- De resultaten van monitoring via de Antwerpse monitor kunnen gebruikt worden om **ontwikkelingen** (trends en evoluties) te beschrijven en om gegevens voor nieuw beleid te vergaren.
- De Antwerpse monitor zullen de stadsdiensten helpen om zicht te krijgen op de **effecten van het stedelijke beleid** en handelen en op de kwaliteit van de stadsomgeving en dienstverlening in de beleving van de inwoners.
- Omdat we op permanente basis monitoren, kunnen we effecten nagaan van onvoorziene gebeurtenissen en van het invoeren van nieuwe beleidsmaatregelen op de **perceptie van de inwoners**.
- Dergelijke werkwijze is om de volgende redenen **kostenbesparend**:
 - de kosten van standaardvragen en achtergrondkenmerken worden gedeeld;
 - indien niet meer diepgaande informatie vereist is, hoeft geen groots onderzoek opgezet te worden om een representatieve steekproef te verkrijgen;
 - het grootste deel van het onderzoek kan in eigen beheer gebeuren.

Beleidsevaluatie is geen doelstelling van de Antwerpse monitor. Immers, veel andere omgevingsfactoren spelen hierbij ook een rol. Het gaat bij monitoring dus eerder om het beschrijven van ontwikkelingen, dan wel om evaluatie. Evalueren is het beoordelen van ontwikkelingen, bijvoorbeeld vanuit het criterium van effectiviteit. Monitors kunnen wel gegevens leveren die het startpunt kunnen zijn van oordeelsvorming.

1.3 De gegevensverzameling

Uit vorige onderzoeken hebben we geleerd dat schriftelijke enquêtes een hogere respons opleveren, wat de representativiteit verhoogt.

Elke week krijgt een willekeurige selectie van 500 Antwerpenaars tussen 16 tot 80 jaar een schriftelijke vragenlijst in zijn brievenbus. De steekproef wordt elke week op maandag toevallig getrokken uit het bevolkingsregister. Omdat we willen vermijden dat eenzelfde inwoner in de periode van één jaar verschillende keren bevraagd wordt, werken we met een steekproef zonder teruglegging. Deze vorm van steekproeftrekking wordt een 'rolling sample design' of in het Nederlands een 'rollend panel' genoemd².

¹ Doelstellingenboom of piramide van doelstellingen bevat alle doelstellingen: strategisch/tactisch/facilitair, nagestreefd en operationeel.

² A "rolling sample" design jointly selects k non-overlapping probability samples (panels), each of which constitutes $1/F$ of the entire population. One panel is interviewed each time period until all the sample has been interviewed after k periods. Depending on the precision requirements, a single panel of $1/F$ may be sufficient to provide good estimates for the population as a whole, and possibly for some large domains. For smaller domains or for greater precision for large domains, cumulations of different numbers of consecutive panels can be used, up to k/F of the population. A rolling sample design with $k=F$ is called a "rolling census". For a monthly rolling sample, it is natural to have F be a multiple of twelve, and natural cumulations are quarterly, semi-annual, annual, and multiple years.

Uit: Charles H. Alexander; Proceedings of Statistics Canada Symposium 2001; "Still Rolling: Leslie Kish's "Rolling Samples" and the American Community Survey"

In de loop van één jaar krijgen op deze manier zowat 24.000 Antwerpenaren de Antwerpse monitor in de brievenbus. Als we al deze mensen in de toekomst blijven uitsluiten voor nieuwe steekproeven, zal de steekproef vertekend worden. Recente inwijkelingen zouden meer kans hebben om bevestigd te worden dan mensen die reeds langer in de stad wonen. Om dit te vermijden, zorgen we ervoor dat wie meer dan een jaar geleden uitgenodigd werd, opnieuw kan geselecteerd worden. We voorkomen dus dat mensen te kort op elkaar de vragenlijst moeten beantwoorden. Tegelijkertijd zorgen we ervoor dat de steekproef representatief blijft voor de gehele Antwerpse bevolking.

Deze methode heeft als voordeel dat enerzijds over de tijd vergeleken kan worden. Het wekelijks uitsturen van de vragenlijst laat toe om trendbreuken op een exact moment te kunnen traceren. Anderzijds kan de respons over een langere periode gecumuleerd worden om meer valide uitspraken te doen over kleinere doelgroepen (bijvoorbeeld jongeren, huurders in hoogbouw) of om geografische opdelingen te maken.

De respondenten hebben de mogelijkheid om de papieren vragenlijst gratis via een retourenveloppe naar het onderzoeksbureau M.A.S. in Leuven te sturen. Dat bureau voert de antwoorden in via het online instrument van de stad Antwerpen.

Mensen die liever online via het internet de vragenlijst invullen, kunnen dit via een rechtstreekse link (met persoonlijke code) die op hun enquêteformulier vermeld is.

Eén versie van de vragenlijst – ‘golf’ – wordt gedurende zes weken uitgestuurd. Na die zes weken worden de variabele vragen aangepast. Na verloop van één jaar zullen ongeveer 8 à 9 golven verstuurd zijn. Het variabele deel laat toe om ad-hoc beleid- en onderzoeksvragen voor een korte periode aan een zeer lage meerkost te onderzoeken.

1.4 De onderzoeksvragen

Het bestuursakkoord en de doelstellingenboom vormden de basis om de onderzoeksvragen scherp te stellen. Via het managementteam werd een oproep gedaan tot het doorgeven van indicatoren voor de Antwerpse monitor.

De voorwaarden om als indicator in de Antwerpse monitor opgenomen te worden, zijn:

- de gegevens zijn niet te achterhalen via registraties, uit de bevolkingsdata of uit andere kennisbronnen zoals bijvoorbeeld ander onderzoek;
- het onderwerp richt zich tot alle inwoners van de stad Antwerpen van 16 tot 80 jaar;
- de verwachte basis (aantal respondenten) voor het onderwerp is voldoende groot;
- de onderzoeksvraag kan via één of maximum twee vragen bevestigd worden.

De projectbureaus en de kabinetten konden feedback geven op de voorgestelde indicatoren. Alle indicatoren werden door de studiedienst en de cel marktonderzoek kritisch onderworpen aan een screening op de bovenstaande voorwaarden.

Zo kwam een vragenlijst van ongeveer 50 vragen tot stand. De vragenlijst bestaat uit 80% vaste en 20% variabele vragen (ad hoc vragen of variabele items binnen vaste vraagsjablonen).

1.4.1 Vaste indicatoren

- perceptie over wonen in Antwerpen (aangenaam wonen, meer voordelen, fier, zich Antwerpenaar voelen, verdraagzame stad)
- perceptie over wonen in uw buurt (sociale contact, aangenaam, participatie aan buurtleven)
- perceptie over voldoende aanbod in uw buurt aan:

- kinderopvang
- speelvoorzieningen voor kinderen tot 12 jaar
- plekken voor jongeren vanaf 12 jaar
- kleuter- en lager onderwijs
- voorziening voor senioren vanaf 55 jaar
- sportinfrastructuur
- winkels voor dagelijkse aankopen
- culturele voorzieningen
- openbaar vervoer
- perceptie over buurt als woonomgeving
 - straten en pleinen
 - gebouwen
 - voldoende groen
 - veel investeringen
 - veilige fietspaden
 - voldoende fietspaden
 - verkeersveilige schoolomgevingen
 - voldoende parkeerplaatsen voor bewoners
 - voldoende parkeervoorzieningen voor bezoekers
- verwachting inzake verbetering/verslechtering van de leefkwaliteit op buurtniveau en op stadsniveau
- verwachtingen inzake stijging/daling werkgelegenheid
- vrijetijdsbesteding, sport- en cultuurparticipatie
- bezit en gebruik van een A-kaart
- verplaatsingsgedrag
- perceptie netheid stad Antwerpen en eigen straat
- perceptie inspanningen buurtbewoners en stadsbestuur voor propere straten
- (on)veiligheidsgevoelens
- risico-inschatting op slachtofferschap:
 - verkeersongeval (auto, fiets, brommer, ...)
 - lastig gevallen worden op straat
 - woninginbraak
 - diefstal op straat (zakkenrollen, auto-inbraak, fietsendiefstal)
- ervaring met problemen in uw buurt:
 - geluidsoverlast
 - overlast van groepen jongeren
 - onaangepaste snelheid in het verkeer
 - lastiggevallen worden op straat
 - rommel op straat
 - bekladde muren of gebouwen (graffiti)
 - vernielingen aan straatmeubilair
 - agressief verkeersgedrag
- kennis en contact met wijkagent
- mediagebruik
- voldoende geïnformeerd over:
 - activiteiten in de stad inzake cultuur
 - activiteiten in de stad inzake sport
 - de voorzieningen in de stad
 - de beslissingen van het stadsbestuur
 - masterplan 2020

- tevredenheid stadsbestuur Antwerpen
- kennis en gebruik van generieke diensten
 - stedelijke infolijn
 - Blauwe Lijn
 - Sluikstortlijn
 - ombudsvrouw
 - telefonisch opvragen van documenten
 - elektronisch opvragen van documenten
- verhuisintenties en –redenen
- type woning, eigenaar/huurder
- belangrijke waarden in het leven in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- socio-demografische gegevens

1.4.2 Variabele indicatoren voor heel 2012

Golf 1

- imago stad Antwerpen: aangeven in hoever bepaalde kenmerken al dan niet passen bij de persoonlijkheid van de stad Antwerpen
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - de Diamond Games op 8 december in het Sportpaleis
 - Music for Life van 21 tot 23 december op de Groenplaats
 - De Lichtparade op 10 december op de Scheldekaaien
 - De Scheldecross op 10 december op Linkeroever
 - De Kerstmarkt van 10 december tot 8 januari
 - Amber&S van 10 december tot 8 januari in het Steen
 - Eindejaarsvuurwerk op 31 december
 - Wintervuur van 2 tot 8 januari in Hoboken
 - Fietsen naar de hemel, op 7 januari op de Groenplaats
 - De Nieuwjaarsdrink op 8 januari op de Grote Markt
- voldoende geïnformeerd over nieuwe ingrepen en plannen in de stad
- campagne ‘Proper’: herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- kennis van Opsinjoren
- kennis en deelname/organisatie van activiteiten
 - Lentepoets
 - Burendag
 - Speelstraten Opsinjoren
 - Winterfeest Opsinjoren
- wonen in autovrije zone of niet
- perceptie van een aantal beroepen
- perceptie van de Stad Antwerpen als werkgever
- hoe graag zou je werken bij:
 - Stad Antwerpen
 - Politie Antwerpen
 - Brandweer Antwerpen
 - OCMW Antwerpen
 - Havenbedrijf Antwerpen
 - BASF
 - NMBS

Golf 2

- beoordeling over toestand wegdek/voetpad in de straat
- in welke mate hinder van losliggende stenen/wegverzakkingen in de straat
- frequentie huishoudelijke aankopen in verschillende plaatsen:
 - Buurtwinkels
 - Wekelijkse markt
 - Nachtwinkels
 - Supermarkt
- imago stad Antwerpen: aangeven in hoever bepaalde kenmerken al dan niet passen bij de persoonlijkheid van de stad Antwerpen
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Kerstboomverbranding op 14 januari, Linkeroever
 - 24 uur van het podium, 14-15 januari
 - "Beken Kleur", Dag van het DKO (Deeltijds Kunstonderwijs) op 11 februari
 - Cinema Valentijn op 14 februari, Theaterplein
- voldoende geïnformeerd over nieuwe ingrepen en plannen in de stad
- campagne 'Lopen': herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- associatie met Red Star Line
- kennis met projecten van de stad:
 - heraanleg Scheldekaaien
 - renovatie Red Star Line gebouw tot museum
 - bouw Parkloods in Park Spoor Noord
 - heraanleg Noordelijke Leien
 - uitbreiding Middelheimmuseum
 - heraanleg Suikerrui en Oude Koornmarkt tot wandelboulevard
- imago beroepen
- hoe graag werk je bij je huidige werkgever
- hoe graag zou je werken bij:
 - Stad Antwerpen
 - Politie Antwerpen
 - Brandweer Antwerpen
 - OCMW Antwerpen
 - Havenbedrijf Antwerpen
 - BASF
 - NMBS

Golf 3

- beoordeling over toestand wegdek/voetpad in de straat
- frequentie huishoudelijke aankopen in verschillende plaatsen:
 - Buurtwinkels
 - Wekelijkse markt
 - Nachtwinkels
 - Supermarkt
- imago stad Antwerpen: aangeven in hoever bepaalde kenmerken al dan niet passen bij de persoonlijkheid van de stad Antwerpen
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:

- Slotfeest Jeugdboekenweek in Permeke op 24 maart
- Keizerrijden in Lilo op 25 maart
- Vlaamse Buitenspeeldag op 28 maart
- Unbreakable op 31 maart in de Lotto Arena
- Vertelwandeling 'De Rosse van de shop'
- 'Villa Insengrimus', tentoonstelling Louis Paul Boon in het Letterenhuis
- bezit eigen moestuin
- interesse in gemeenschapstuinieren
- campagne 'Blauwe lijn': herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- voldoende geïnformeerd over de dienstverlening van de Lokale Politie Antwerpen
- imago beroepen
- hoe graag werk je bij je huidige werkgever
- hoe graag zou je werken bij:
 - Stad Antwerpen
 - Politie Antwerpen
 - Brandweer Antwerpen
 - OCMW Antwerpen
 - Havenbedrijf Antwerpen
 - BASF
 - NMBS

Golf 4

- imago stad Antwerpen: aangeven in hoever bepaalde kenmerken al dan niet passen bij de persoonlijkheid van de stad Antwerpen
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Scheldeprijs op 4 april
 - Startfeest Biodroom, 15 april, Linkeroever
 - Erfgoeddag op 22 april
 - Lentepoets Opsinoren op 28 april
 - Tulpenpluk, 29 april, Berendrecht
 - Red Star Line festival, 28 april tot en met 13 mei
 - Wonen in Antwerpen, 5 en 6 mei, Park Spoor Noord
 - Fietsdag voor werknemers op 8 mei
 - Toer de Nord, 12 mei, Antwerpen Noord
- redenen om nooit openbaar vervoer te gebruiken
- onveiligheidsgevoel op openbaar vervoer
- kennis/ontmoeting met lijntoezicht
- ondervinden van overlast op tram of bus
- campagne 'Wonen in Antwerpen': herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag

Golf 5

- imago stad Antwerpen: aangeven in hoever bepaalde kenmerken al dan niet passen bij de persoonlijkheid van de stad Antwerpen
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Scheldeprijs op 4 april
 - Startfeest Biodroom, 15 april, Linkeroever
 - Erfgoeddag op 22 april
 - Lentepoets Opsinoren op 28 april

- Tulpenpluk, 29 april, Berendrecht
- Red Star Line festival, 28 april tot en met 13 mei
- Wonen in Antwerpen, 5 en 6 mei, Park Spoor Noord
- Fietsdag voor werknemers op 8 mei
- Toer de Nord, 12 mei, Antwerpen Noord
- kennis en frequentie van museumbezoek het laatste jaar:
 - Middelheimmuseum
 - MAS
 - MHKA
 - Modemuseum
 - Rubenshuis
 - Mayer Van den Bergh museum
 - Museum Plantijn-Moretus
 - Letterhuis
 - Fotomuseum
 - Diamantmuseum
 - Vleeshuis
- associatie met Red Star Line
- redenen om nooit openbaar vervoer te gebruiken
- onveiligheidsgevoel op openbaar vervoer
- kennis/ontmoeting met lijntoezicht
- ondervinden van overlast op tram of bus
- campagne ‘Middelheim’: herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- kennis met projecten van de stad:
 - Heraanleg Scheldekaaien
 - Renovatie Red Star Line gebouw tot museum
 - Bouw Parkloods in Park Spoor Noord
 - Heraanleg Noordelijke Leien
 - Uitbreiding Middelheimmuseum
 - Heraanleg Suikerrui en Oude Koornmarkt tot wandelboulevard
 - Ik ken geen enkele van deze projecten
- perceptie van een aantal beroepen
- perceptie van de Stad Antwerpen als werkgever

Golf 6

- imago stad Antwerpen: maximum 3 voorkeuren uit een lijst kiezen
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - BorgerRio op 23 juni in Borgerhout
 - Het Mechelse Plein Festival 2012, 29-30 juni
 - Falcon Playa, 3-8 juli op het Falconplein
 - 11 juliviering op de Grote Markt
 - Cycle Chic Modeshow op 15 juli, Grote Markt
 - Antwerp Iron Man 17.3 op 22 juli
 - Museumnacht op 4 augustus
 - Antwerpen Zingt op 5 augustus Gedempte Zuiderdokken
- campagne ‘Fiets Zomercampagne’ herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag

- perceptie van een aantal beroepen
- perceptie van de Stad Antwerpen als werkgever
- hoe graag werk je bij je huidige werkgever
- hoe graag zou je werken bij:
 - Stad Antwerpen
 - Politie Antwerpen
 - Brandweer Antwerpen
 - OCMW Antwerpen
 - Havenbedrijf Antwerpen
 - BASF
 - NMBS

Golf 7:

- imago stad Antwerpen: maximum drie voorkeuren uit een lijst kiezen
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Zomer van Antwerpen
 - Antwerpen danst
 - Linkerwoofer op 10 en 11 augustus
 - Rubensmarkt op 15 augustus
 - Bollekesfeest van 16 tot 20 augustus
 - Cultuurmarkt op 26 augustus
 - Schaal Sels op 26 augustus
 - World Port Classics op 31 augustus en 1 september
 - Bevrijdingsfeesten in de stad en de districten, in september
 - Antwerp Street Kicks op 9 september, Park Spoor Noord
 - Antwerpen Autovrij op 16 september
- frequentie van bezoek van bepaalde plaatsen tijdens de zomermaanden:
 - Park Spoor Noord
 - Stadspark
 - Middelheim/Den Brandt
 - Rivierenhof
 - Scheldekaaien
 - Sint-Annastrand
 - Gedempte Zuiderdokken
 - Het Eilandje
- campagne 'Bollekesfeest': herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- Houding ten opzichte van Antwerpen autovrij, mening over effect Antwerpen autovrij
- bezit auto's, moto's, fietsen, abonnementen openbaar vervoer
- perceptie van een aantal beroepen
- perceptie van de Stad Antwerpen als werkgever
- hoe graag werk je bij je huidige werkgever
- hoe graag zou je werken bij:
 - Stad Antwerpen
 - Politie Antwerpen
 - Brandweer Antwerpen
 - OCMW Antwerpen
 - Havenbedrijf Antwerpen
 - BASF
 - NMBS

Golf 8:

- imago stad Antwerpen: mate van toepassingen van benamingen
- beoordeling over toestand wegdek/voetpad in de straat
- perceptie Antwerpse volwassenen van 46 tot 55 jaar in de vorm van een gedwongen keuze tussen kenmerken
- participatie aan activiteiten en evenementen de afgelopen 3 maanden:
 - Ganesh festival 21-23 september, Stadspark
 - Studay op 27 september, Gedempte Zuiderdokken
 - De 55+ dag Antwerpen op 27 september
 - Klimaatfestival 29-30 september
 - Woonwandelingen op 6 oktober
- kennis en frequentie van museumbezoek het laatste jaar:
 - Middelheimmuseum
 - MAS
 - MHKA
 - Modemuseum
 - Rubenshuis
 - Mayer Van den Bergh museum
 - Museum Plantijn-Moretus
 - Letterhuis
 - Fotomuseum
 - Diamantmuseum
 - Vleeshuis
- voldoende geïnformeerd over masterplan 2020
- bezit auto's, moto's, fietsen, abonnementen openbaar vervoer
- campagne 'Lerarencampagne': herinnering en appreciatie campagnebeeld, effectiviteit mediaplan en impact op gedrag
- perceptie van een aantal beroepen
- perceptie van de Stad Antwerpen als werkgever
- perceptie werk Lokale politie
- beoordeling belangrijkheid aspecten van Lokale politie
- beoordeling prestatie Lokale politie
- hoe gemakkelijk Lokale politie te contacteren
- hoe graag werk je bij je huidige werkgever
- hoe graag zou je werken bij:
 - Stad Antwerpen
 - Politie Antwerpen
 - Brandweer Antwerpen
 - OCMW Antwerpen
 - Havenbedrijf Antwerpen
 - BASF
 - NMBS

1.5 Het onderzoeksmateriaal

Voor het jaarrapport 2012 werken we op de gegevens die we verzamelden gedurende alle golven van 2012 van de Antwerpse monitor.

Looptijd golven:

golf 1: 09/01/2012 – 13/02/2012

golf 2: 20/02/2012 – 26/03/2012

golf 3: 02/04/2012 – 07/05/2012

golf 4: 14/05/2012 – 18/06/2012

golf 5: 25/06/2012 – 30/07/2012

golf 6: 06/08/2012 – 10/09/2012

golf 7: 17/09/2012 – 22/10/2012

golf 8: 29/10/2012 – 17/12/2012

1.5.1 Respons

De respons of responsgraad (responsratio) is de verhouding van het aantal respondenten dat de vragenlijst invulde (netto steekproef) tegenover het aantal respondenten dat werd aangeschreven (bruto steekproef).

De nuttige respons bevat alleen de geldige enquêtes, dit wil zeggen:

- geslacht en leeftijd werden ingevuld;
- dubbels zijn verwijderd (controle via unieke codes).

De gemiddelde respons over het jaar 2011 bedraagt 19,5%. Het soort bevraging in acht genomen, is dit een vrij goed resultaat. We stellen echter wel vast dat de gemiddelde respons gedaald is ten opzichte van 2011, toen het gemiddelde 22% bedroeg.

Tabel 1 Overzicht responsgraad per golf

Periode	Golf	Bruto	Netto	Responsegraad
januari-februari	1	3000	486	16,2%
februari-maart	2	3000	607	20,2%
april-mei	3	3000	641	21,4%
mei-juni	4	3000	569	19,0%
juli-augustus	5	3000	542	18,1%
augustus-september	6	3000	544	18,1%
oktober-november	7	3000	622	20,7%
november-december	8	4000	868	21,7%
2012	1-8	25000	4879	19,5%

Uiteraard kunnen nog verdere maatregelen genomen worden om deze responsgraad te verbeteren. Het onderzoeksdesign waarbij we met een ‘rolling sample design’ werken, maakt dat de praktische uitvoering van het sturen van herinneringsbrieven een vrij complexe opvolging vergt van respondenten die nog niet antwoordden.

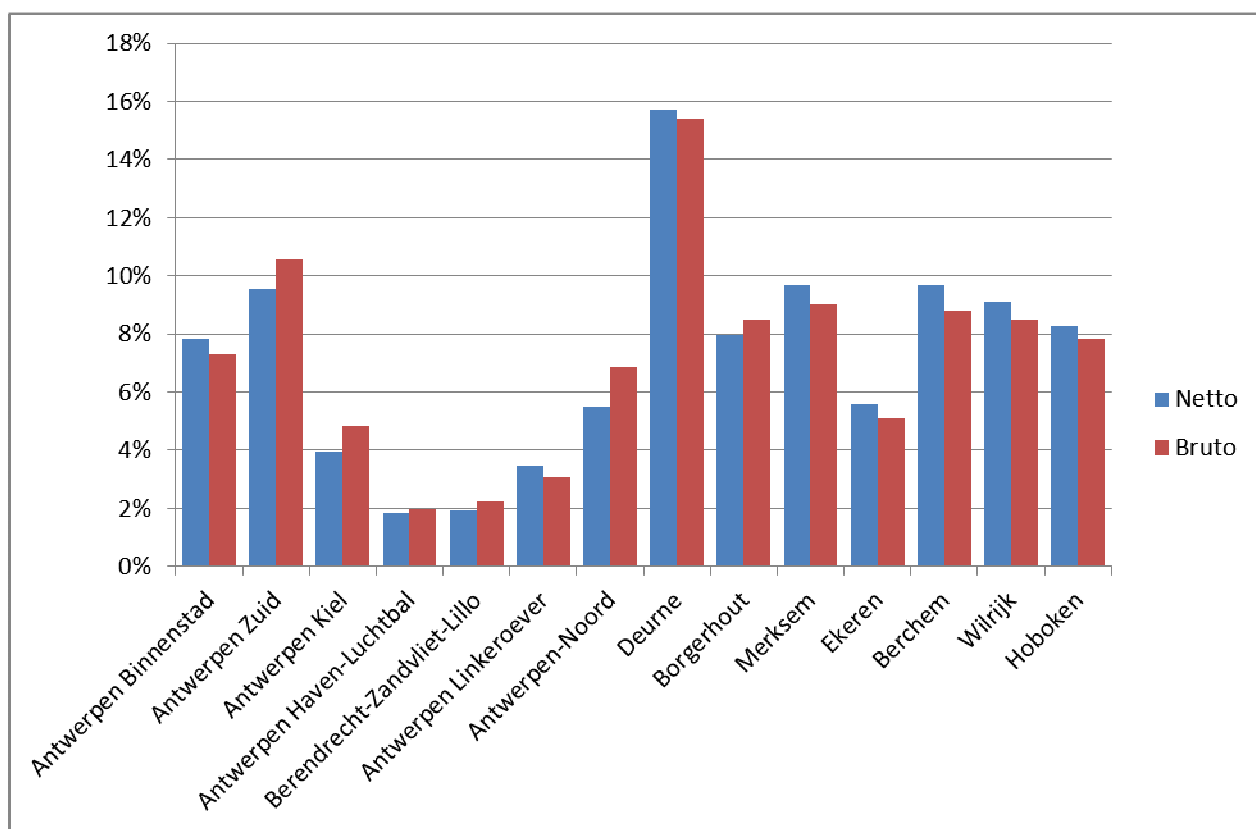
1.5.2 Representativiteit van de steekproeven

Omdat we de bruto steekproef toevallig trekken uit het bevolkingsregister, mogen we stellen dat deze representatief is voor de bevolking van Antwerpen van 16 tot 80 jaar.

Opdat de netto steekproef representatief zou zijn, mogen de verhoudingen in de netto steekproef niet significant afwijken van de verhoudingen in de bruto steekproef.

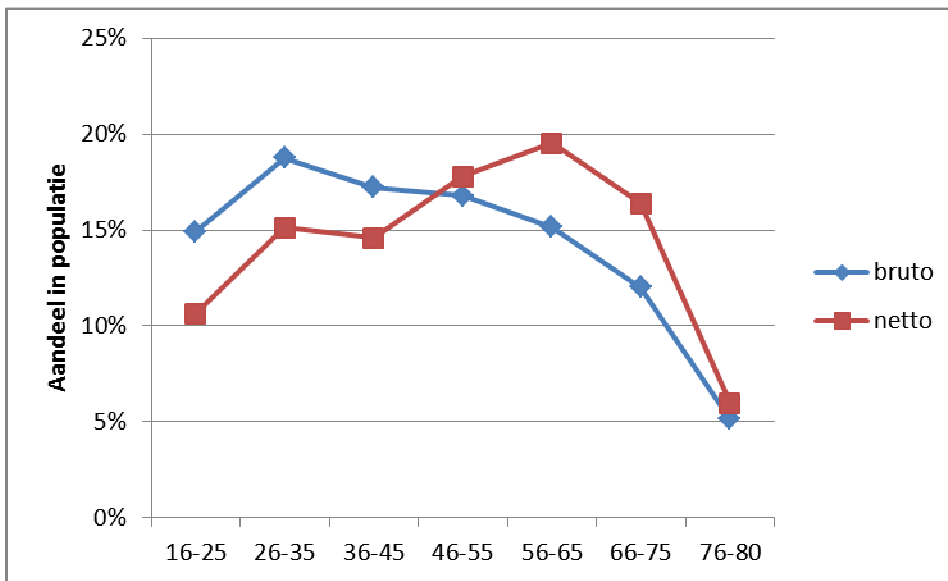
Onderstaande grafieken geven de respons weer volgens postcode, leeftijd, geslacht, etnische afkomst en duur van verblijf in Antwerpen.

Grafiek 1 Verdeling respons per postcode, 2012



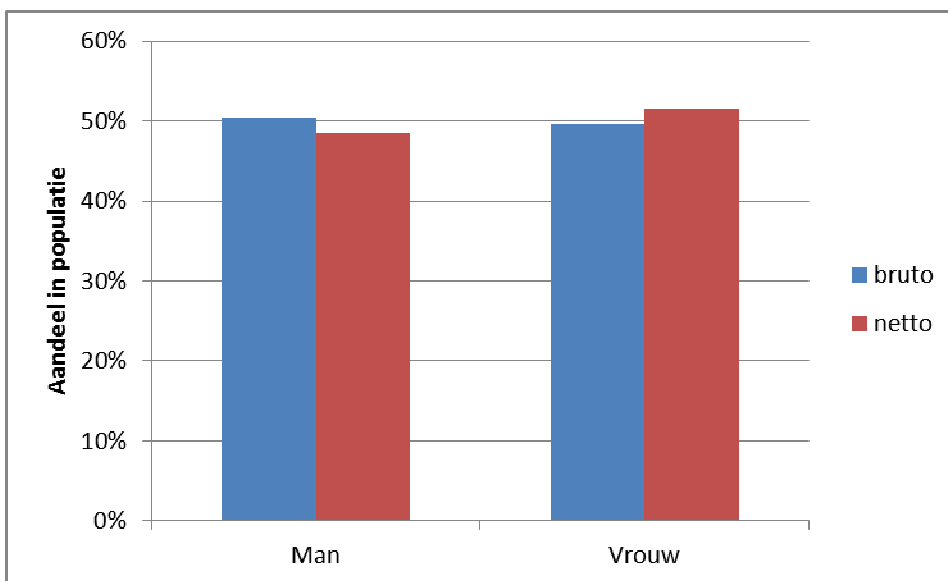
We stellen vast dat de respons vrij goed verdeeld is over de postcodes. Antwerpen Kiel en Antwerpen Noord en Zuid zijn licht ondervertegenwoordigd, Ekeren en Berchem licht oververtegenwoordigd.

Grafiek 2 Verdeling respons volgens leeftijd, 2012



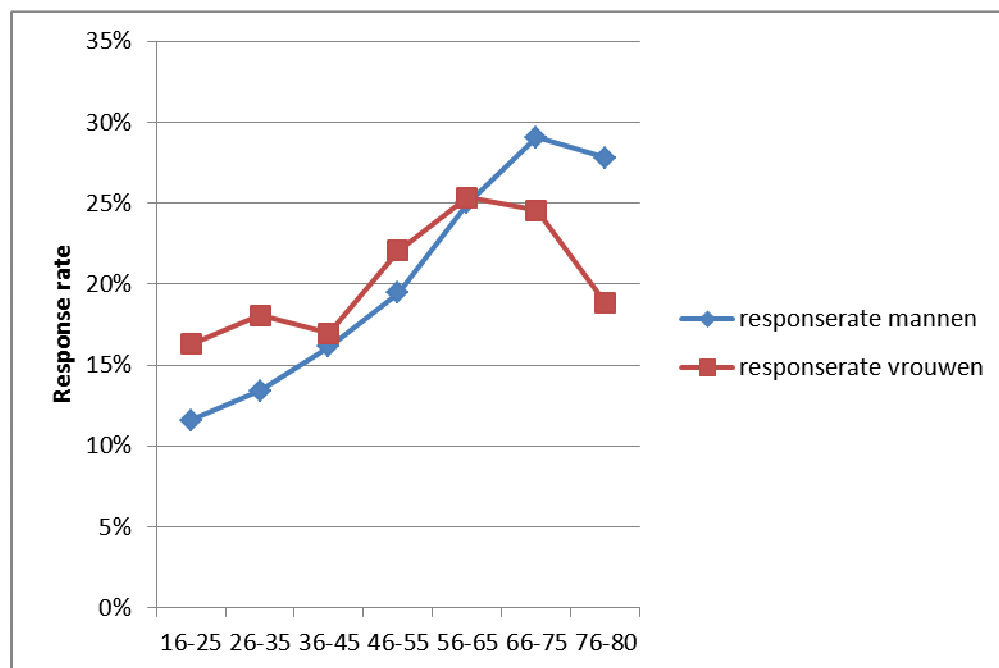
In de netto steekproef zien we net zoals vorig jaar een oververtegenwoordiging van de respondenten boven de 55 jaar. De steekproef bevat significant minder respondenten van 16 tot 45 jaar en significant meer 55-plussers. Dit leeftijdseffect is het sterkst bij autochtone Belgen.

Grafiek 3 Verdeling respons volgens geslacht, 2012

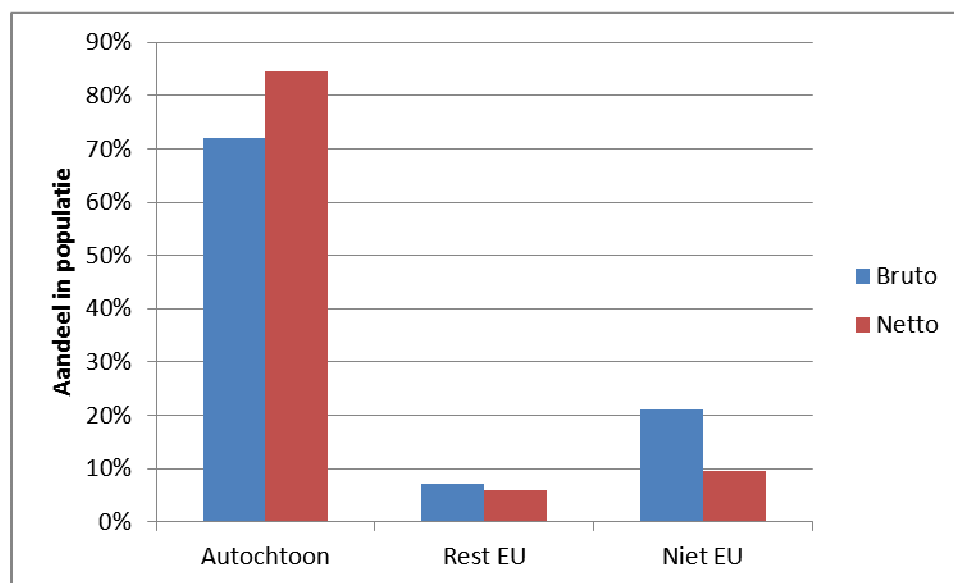


De netto steekproef bevat een lichte oververtegenwoordiging van vrouwen. Zoals te zien in onderstaande grafiek is de oververtegenwoordiging van vrouwen vooral te wijten aan het verschil bij mensen jonger dan 46 jaar. Eens 66 voorbij neemt de respons van vrouwen af, terwijl die van mannen blijft toenemen.

Grafiek 4 Netto respons volgens leeftijd en geslacht

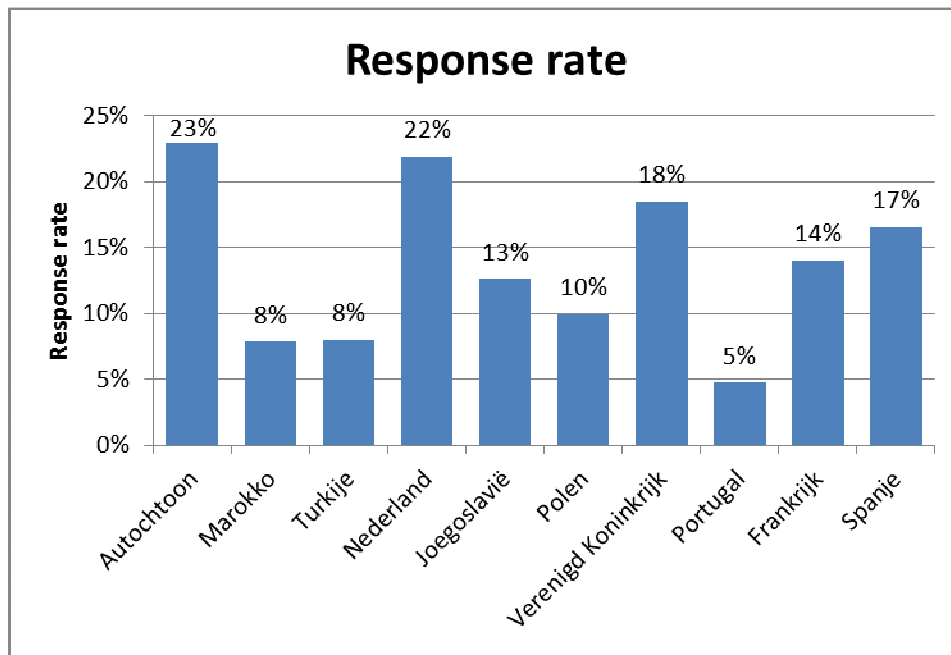


Grafiek 5 Verdeling respons volgens etnische groep



We stellen vast dat in de netto steekproef significant meer autochtonen vertegenwoordigd zijn. Dit is voor een deel toe te schrijven aan de methode: een schriftelijke vragenlijst die enkel in het Nederlands verspreid wordt. Inwoners met een EU en vooral diegene met een niet-EU herkomst zijn ondervertegenwoordigd.

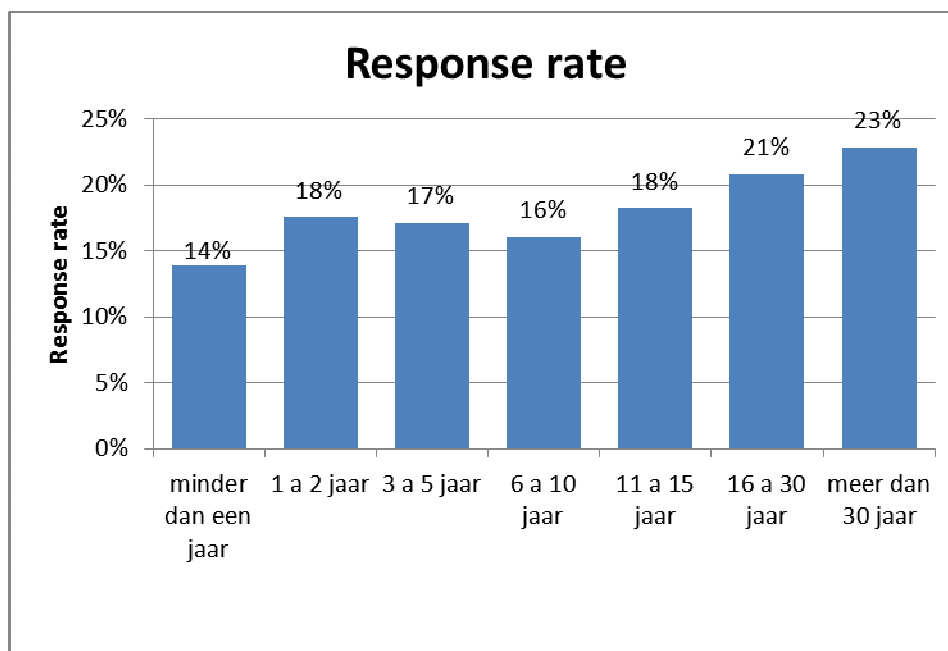
Grafiek 6 Verdeling respons van de tien grootste etnische groepen in Antwerpen



Voor de tien meest voorkomende herkomstnationaliteiten wordt de responsgraad (*response rate*) weergegeven. De laagste respons zien we bij inwoners met Indische en Portugese roots gevolgd door Marokkanen en Turken. Bij Nederlanders zien we een respons van één op vijf.

In vergelijking met vorig jaar ligt de respons bij Portugezen en inwoners afkomstig uit de UK lager. In 2010 tekenden we respectievelijk 12% en 17% op voor deze groepen.

Grafiek 7: Verdeling respons volgens lengte van verblijf in Antwerpen in 2012



Respondenten die langer dan 30 jaar in de stad wonen, zijn oververtegenwoordigd en diegene die minder dan 10 jaar in de stad wonen zijn licht ondervertegenwoordigd.

Opvallend is wel dat het aandeel mensen met korte verblijfsduur aanzienlijk gestegen is ten opzichte van vorig jaar (zie volgende grafiek)

Conclusies respons:

- geen duidelijk effect van woonplaats
- hoger bij autochtonen
- bij korte verblijfsduur minder respons, maar het aandeel met kortere verblijfsduur is gestegen ten opzichte van vorig jaar
- mannen: alsmaar meer respons bij ouder worden
- vrouwen: hoogste respons op middelbare leeftijd

1.5.3 Weging

Om de afwijkingen die we in de netto steekproef zagen, te corrigeren, hebben we de resultaten gewogen. Dit betekent dat de resultaten worden herberekend naar de geldende verhoudingen in de populatie van geslacht en leeftijd. In de resultaten krijgen daardoor de antwoorden van jongeren en ouderen, mannen en vrouwen hetzelfde gewicht als in de Antwerpse populatie.

Tegelijk betekent dit ook dat de jongste categorieën die wel meewerken aan de enquête met een factor 1,7 worden herberekend. De betrouwbaarheid en validiteit van de resultaten voor deze jongere respondenten zijn dan minder groot dan die van de oudere respondenten.

1.6. Analyse en rapporteringsmogelijkheden

Het onderzoeksdesign van de Antwerpse monitor stelt ons in staat om op verschillende manieren met het gegevensmateriaal om te gaan. Verschillende soorten rapporten worden opgeleverd.

1.6.1. Standaard rapporteringen

- Standaardrapport per kwartaal in functie van de kwartaalrapportering (vast en variabel) van de strategische cyclus.
- Evolutierapport korte termijn of geïntegreerd in de golf of kwartaalrapportering (enkel op de vaste set indicatoren).

1.6.2. Thematische analyse en rapporteringen

Op basis van het verzamelde materiaal worden verdere beleids- en onderzoeksvragen beantwoord worden. Enkele voorbeelden:

- Wat is het profiel van regelmatige bibliotheekbezoekers?
- Evolueert het gebruik van de fiets voor woon-werk verkeer al naargelang de seizoenen en bij welke bevolkingsgroepen situeert zich dat?
- In welke mate hangt de tevredenheid over bepaalde beleidsdomeinen samen met die van andere beleidsdomeinen en door welke factoren wordt dit beïnvloedt?

1.6.4. Geografische verfijning en segmentering.

Op basis van het materiaal dat in de loop van 2011 verzameld wordt, is het mogelijk om de resultaten geografisch fijner in te delen. We maakten een 'Wijk atlas van de Antwerpse monitor'. Deze wijkatlas vormt het derde deel of een addendum van dit jaarrapport.

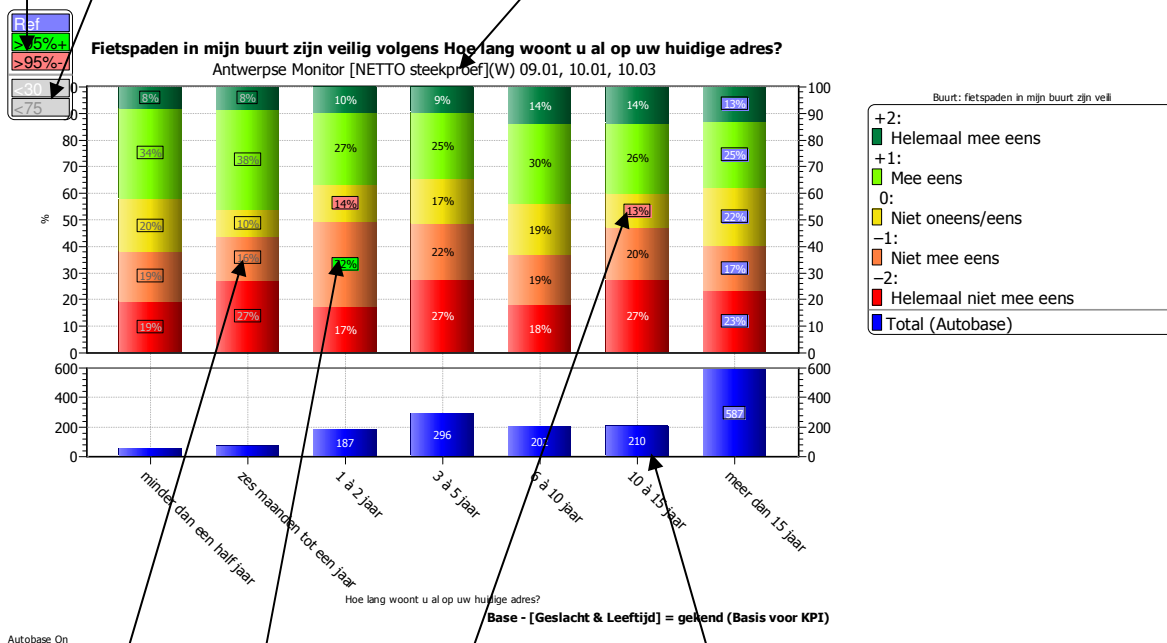
1.7 Leeswijzer bij de grafieken

Dit blok verwijst naar de significante verschillen tussen scores. De basis waarmee vergeleken wordt, staat steeds in het blauw aangegeven. Wanneer er geen percentages in blauw staan, dan betekent dit dat er vergeleken wordt met de gehele groep.

Wanneer een cijfer in het groen is aangeduid, betekent het dat dit percentage met een betrouwbaarheid van 95%, significant groter is dan de referentiecategorie. Wanneer een cijfer in rood aangeduid is, betekent het dat betreffend cijfer significant kleiner is dan in de referentiegroep. De kleur kan dus niet geïnterpreteerd worden in de betekenis van 'goed of slecht'.

Cijfers worden in grijs weergegeven als de basis voor berekening te klein wordt (kleiner dan 75). Deze cijfers zijn immers niet voldoende betrouwbaar voor zinvolle interpretatie. Wordt de basis kleiner dan 30, dan worden de resulterende percentages helemaal niet weergegeven.

Hier wordt beschreven over welke respondenten het gaat. Netto betekent dat het gaat over mensen van wie we antwoorden kregen. 10.03 staat voor de derde golf. De (W) betekent dat er gewerkt wordt op een gewogen steekproef. In de meeste grafieken zal dit nu 'VAST' zijn, dit komt erop neer dat voor deze grafiek al de beschikbare gegevens werden opgenomen.



In de meeste gevallen wordt onder de grafiek met percentages, een kleine grafiek toegevoegd met de aantallen waarop deze berekening gebeurde. In dit geval zijn er bijvoorbeeld 210 mensen die 10 à 15 jaar op hun huidige adres wonen.

Een rood aangeduid cijfer, want het percentage "niet oneens/eens" is significant kleiner bij de groep die 10 tot 15 jaar op zijn huidige adres woont, dan bij de groep die er langer dan 15 jaar woont.

Dit cijfer staat in een groen blok, omdat het significant groter is dan dezelfde categorie bij de mensen die al meer dan 15 jaar op hun huidige adres wonen.

Dit cijfer wordt in grijs weergegeven, omdat de basis voor berekening kleiner is dan 75.

Hoofdstuk 2: Een stad om in te wonen

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- SW03: De stad zet een geïntegreerd en getoetst milieubeleid in om te werken aan een betere leefomgeving in de stad.
- SW05: De opmaak en toepassingen van reglementen met een ruimtelijke, architecturale en/of economische finaliteit verloopt op een duidelijke, samenhangende en zo eenvoudig mogelijke manier.
- SW06: Antwerpen is een bereikende, bereikbare, toegankelijke, verkeersveilige en verkeersleefbare stad.
- SW22: Ten bate van alle Antwerpenaren willen we het gebruikscomfort en de kwaliteit van straten, pleinen en parken door middel van een doelgerichte aanpak van inrichting en onderhoud op een vooraf bepaald niveau brengen en houden.
- FDSW01: Samen bouwen aan een aantrekkelijke stad.
- STAN01: De stad ontwikkelt een duurzame ruimtelijke structuur, aantrekkelijk en leefbaar voor haar bewoners en bezoekers.
- SL01: Meer mensen vinden een kwaliteitsvolle woning naar wens in Antwerpen.
- SL02: De stad garandeert iedereen een kwaliteitsvolle leefomgeving.
- SB06: De stad garandeert iedereen een goed onderhouden publieke ruimte.
- MC02: Door zich te profileren als een sterk merk streeft de stad naar een maximale positieve beeldvorming over Antwerpen als de meest aantrekkelijke leefomgeving voor wie er woont, werkt of op bezoek komt.
- GAPA01: Parkeerbeleid als hefboom voor een duurzaam mobiliteitsbeleid.
- TDPO07: Alle nieuwbouw en renovaties van het stedelijke patrimonium houden rekening met duurzaamheids-, milieu en energiecriteriën en met het waardevolle karakter van het patrimonium.
- FDSL01: Maximaal inzetten op diversiteit in alle aspecten van de bedrijfsvoering.

In dit tweede hoofdstuk bekijken we de thema's wonen en verhuizen, de mening over de leefkwaliteit in de stad en de eigen buurt. Ook mobiliteit en de verkeersveiligheid komen aan bod.

2.1. Context

2.1.1. Uit administratieve bron

In het jaarrapport van 2011 en het rapport over verhuisbewegingen (link) wordt in kaart gebracht wie er aankomt, vertrekt en verhuist binnen de stad Antwerpen. Een beknopte versie van het rapport is online beschikbaar:

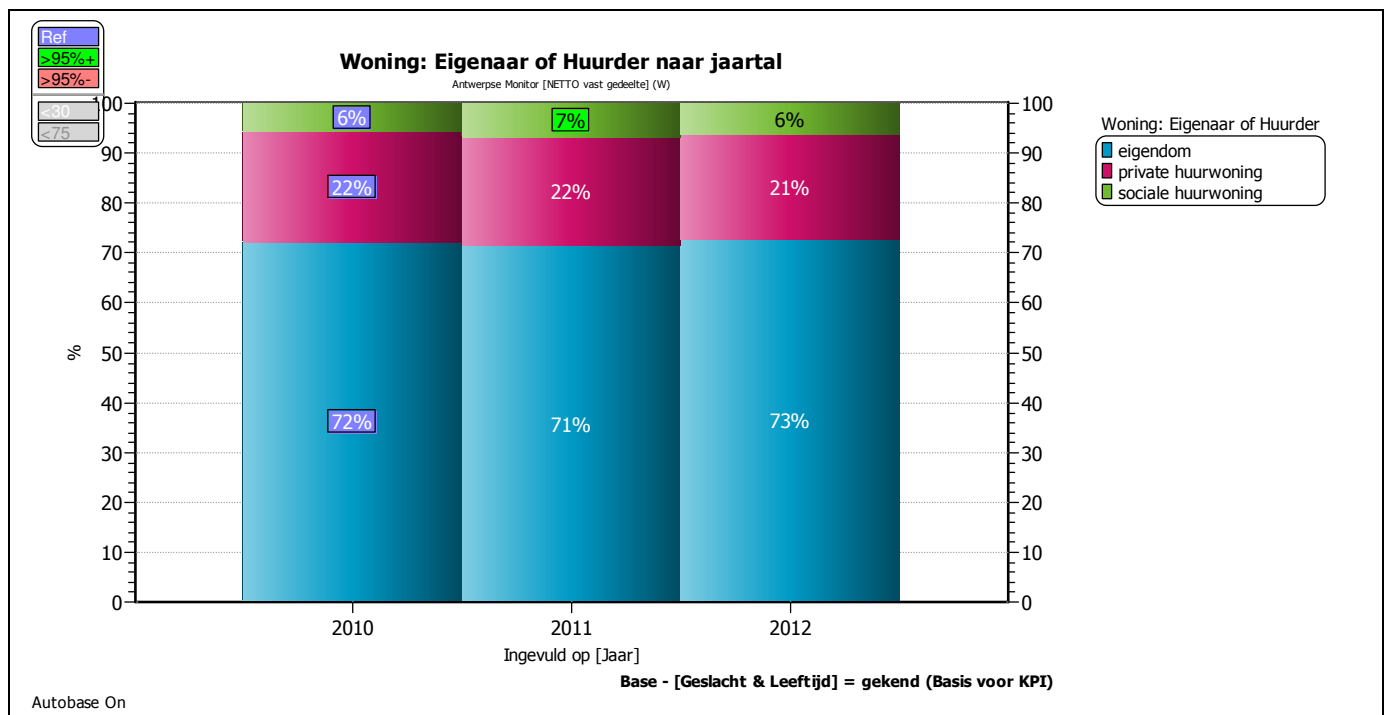
<http://antwerpen.buurtmonitor.be/quickstep/QsReportAdvanced.aspx?report=bevolkingsloop&geolevel=district&geoitem=3,2,4,5,9,10,8,7,6&geocompare=antwerpen>

2.1.2. Huisvesting

Het is niet mogelijk om exacte cijfers over het aandeel huurders in de stad te geven. Een goede raming was de volkstelling, maar deze is alweer van 2001 geleden. Daaruit bleek dat zo'n 47% van de inwoners huurde (privé of sociaal). Bij enquêtes zijn de eigenaars stevast oververtegenwoordigd. In de Stadsmonitor van 2011 was 67% van de respondenten een eigenaar.

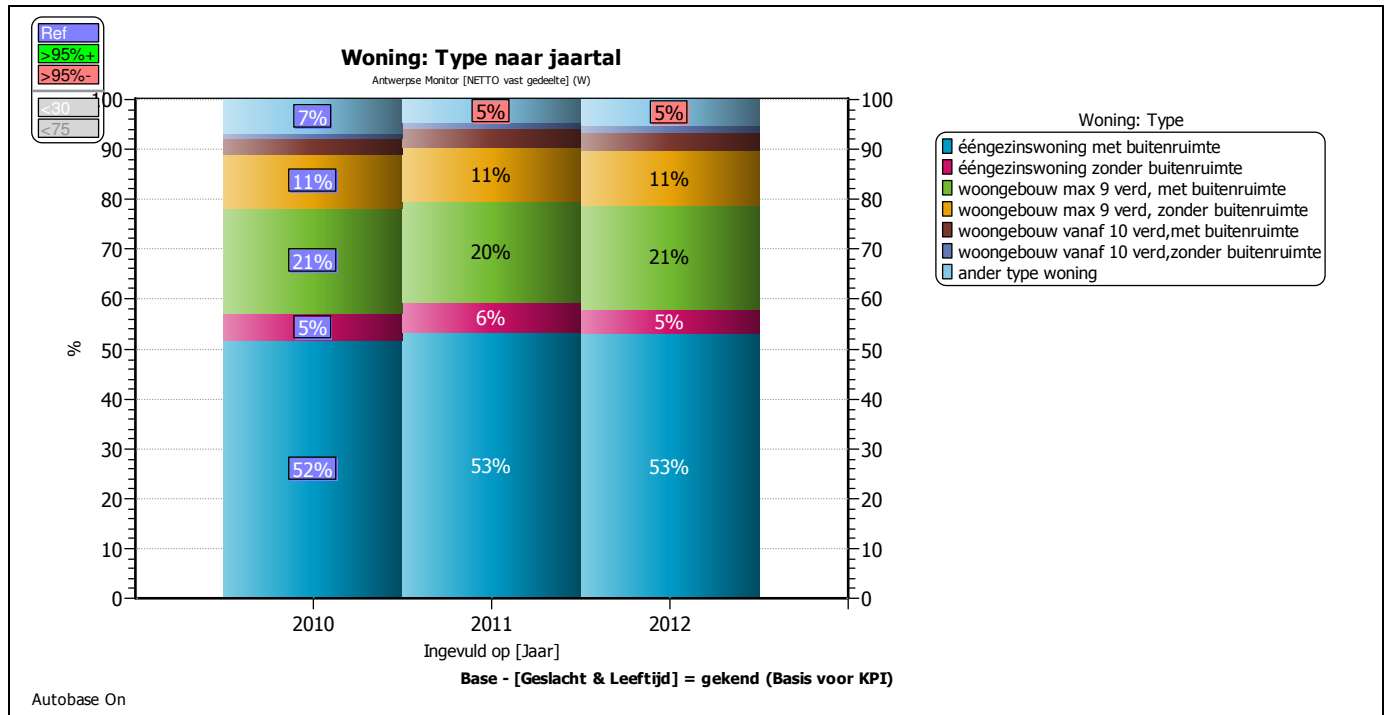
In de Antwerpse monitor komen we aan 73%. Het is echter niet mogelijk om te verifiëren hoe realistisch dit cijfer is.

Grafiek 8 Aandeel respondenten volgens bewonersstatuut, 2010, 2011 en 2012



De helft van de respondenten woont in een eengezinswoning met buitenruimte, 5% in één zonder buitenruimte. Minder dan de helft van de respondenten woont in een appartementsgebouw, het merendeel in één met minder dan 10 verdiepingen. Terwijl in 2011 meer respondenten t.o.v. 2010 oordeelden dat de leefkwaliteit zou verbeteren, zien we in 2012 het tegengestelde: significant meer respondenten verwachten dat het gaat verlechteren;

Grafiek 9 Aandeel respondenten volgens woningtype, 2010, 2011 en 2012

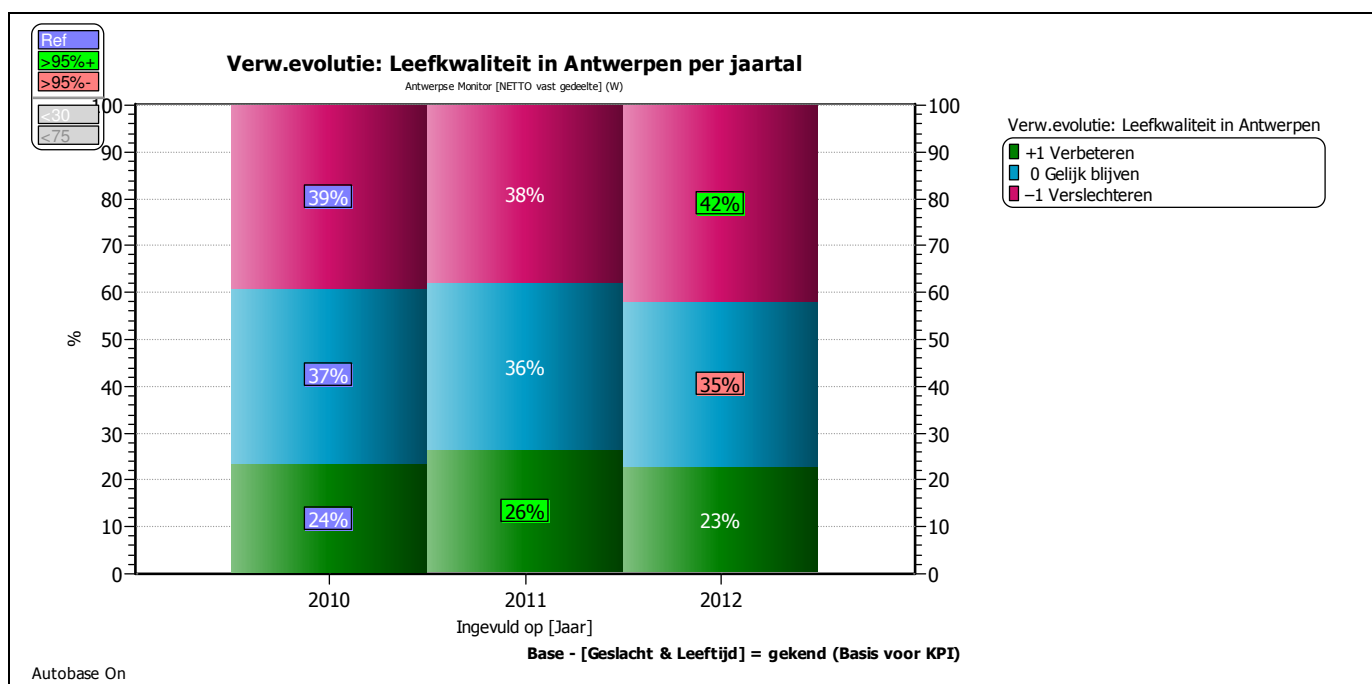


2.2. Wonen in de stad, wonen in een buurt

2.2.1. Levenskwaliteit in de stad

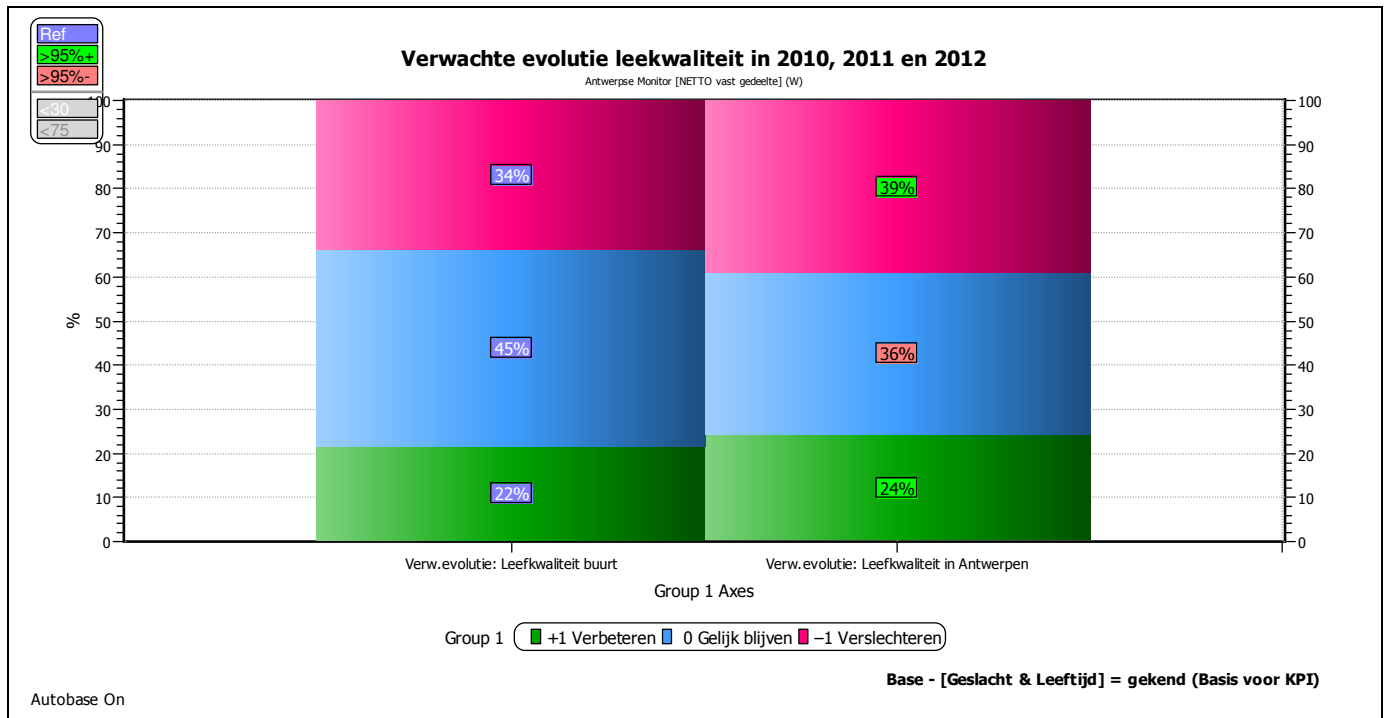
Er zijn meer respondenten die in de komende vijf jaar een verslechtering dan een verbetering van de levenskwaliteit in de stad Antwerpen verwachten: 42% tegenover 23%. Ten opzichte van 2010 is er een significante stijging van het aandeel negatieve's.

Grafiek 10 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in Antwerpen, 2010, 2011 en 2012

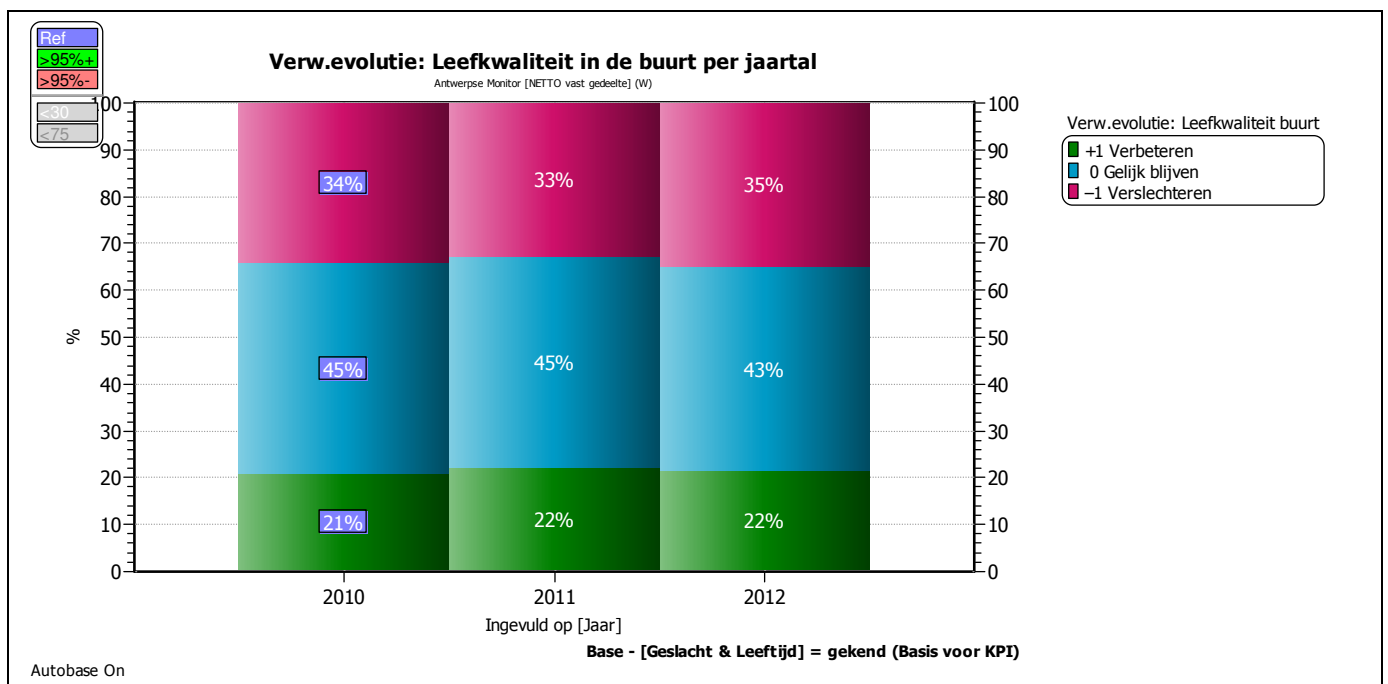


Over de evolutie van de leefkwaliteit in de buurt zijn de respondenten minder vaak negatief (34% tegenover 39%), maar ook minder vaak positief. Bijna de helft (45%) verwacht geen verandering in zijn of haar buurt. Bovendien zijn er op buurtniveau geen verschillen naar verwachte evolutie met de resultaten van 2010.

Grafiek 11 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in Antwerpen en in de buurt 2010 t/m 2012



Grafiek 12 Aandeel respondenten volgens verwachte evolutie van de leefkwaliteit in de buurt, 2010, 2011 en 2012



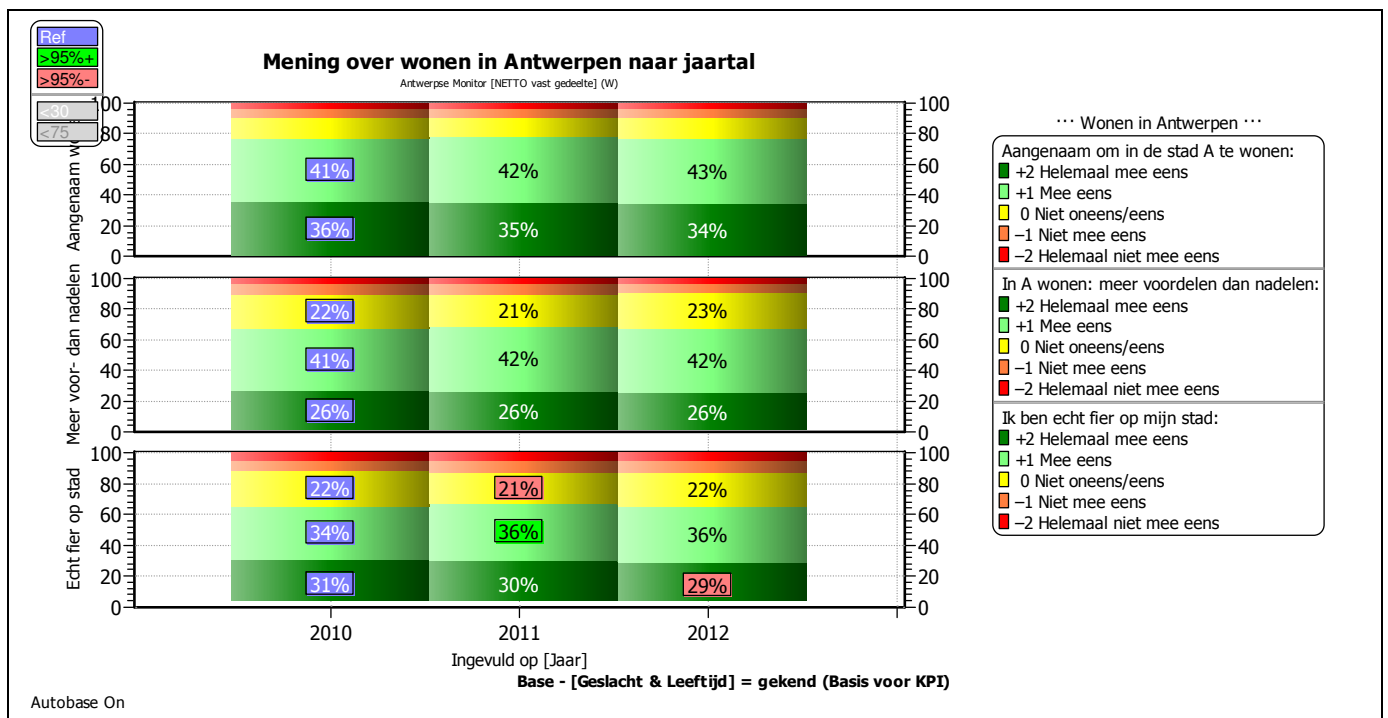
De meeste respondenten zijn eerder positief over Antwerpen als woonomgeving:

- 77% van hen is het eens of helemaal eens met de stelling 'het is aangenaam om in Antwerpen te wonen'
- 68% vindt dat het meer voor - dan nadelen heeft om in de stad Antwerpen te wonen
- 65% geeft aan echt fier te zijn op zijn stad
- 63% geeft aan zich een 'echte Antwerpenaar te voelen'

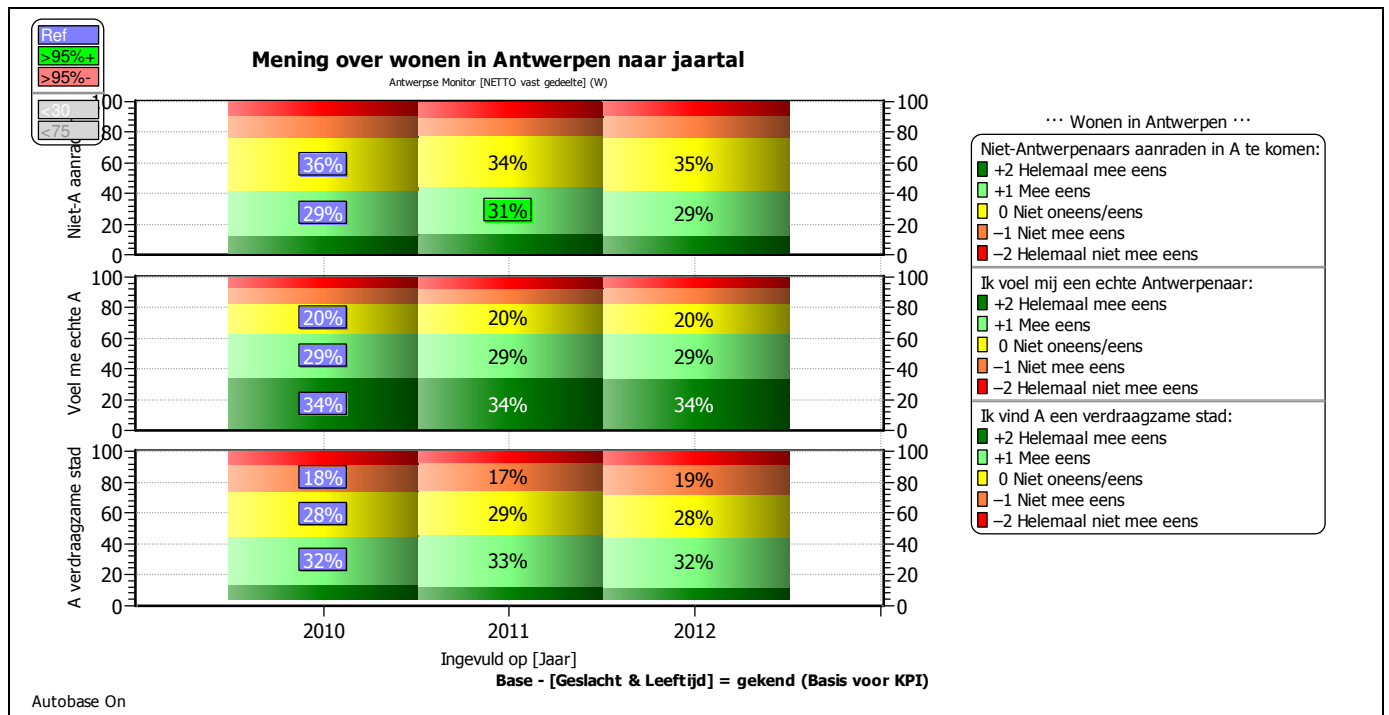
Niettemin zou slechts vier op tien respondenten anderen aanraden om in Antwerpen te komen wonen. Daarnaast is ook minder dan de helft van de respondenten van mening dat Antwerpen een verdraagzame stad is.

Ten opzichte van 2010 zijn er weinig verschuivingen. Enkel met de stelling 'Ik ben echt fier op mijn stad' zijn iets minder mensen het helemaal eens.

Grafiek 13 Mening over wonen in Antwerpen, 2010, 2011 en 2012



Grafiek 14 Mening over wonen in Antwerpen naar jaartal



2.2.2. Verhuizen

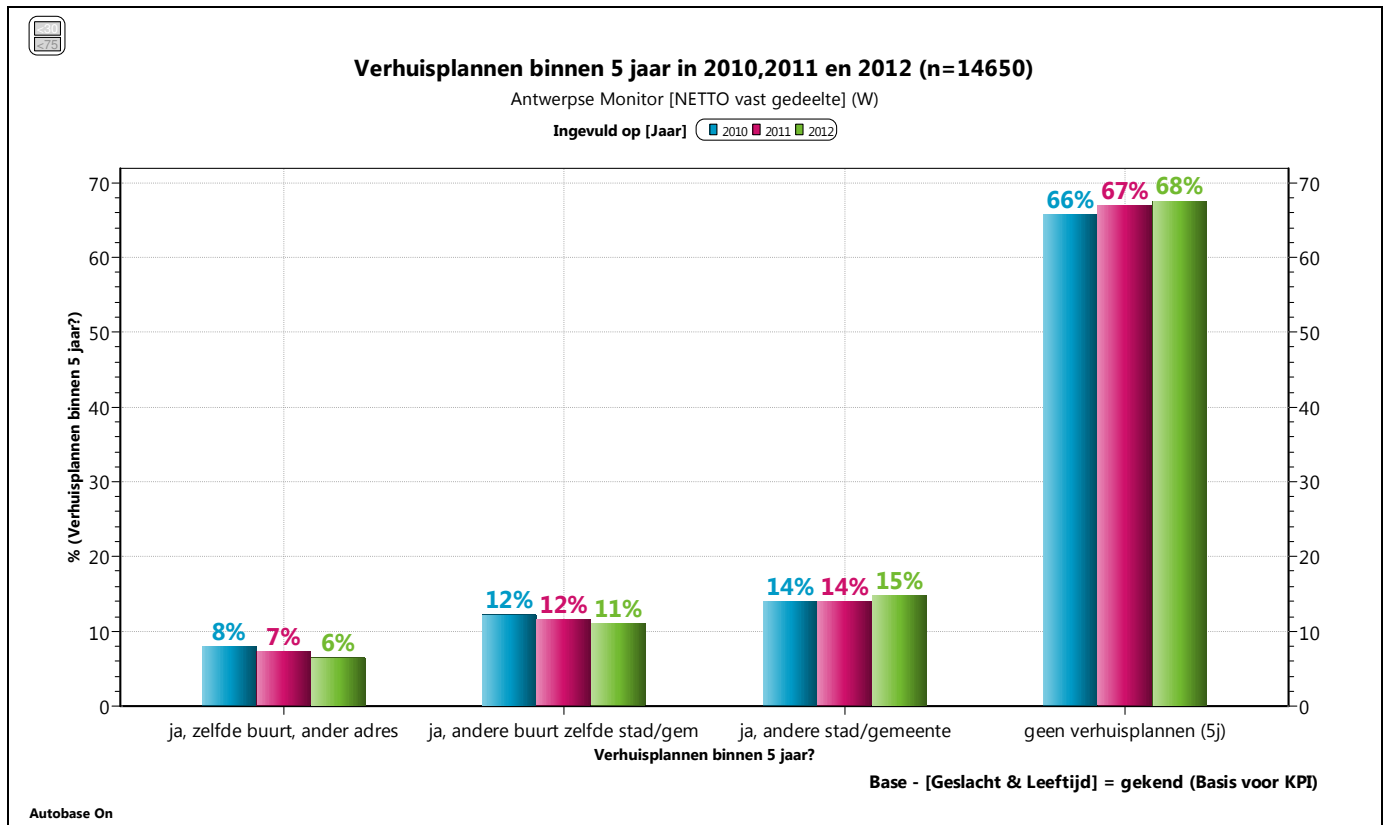
Als het gaat over effectieve verhuisbewegingen, wordt gebruik gemaakt van administratieve data. Verhuismotieven noch socio-economische achtergrond zijn beschikbaar. De Antwerpse monitor kan hier een belangrijke aanvulling zijn. Wel mag men niet uit het oog verliezen dat een geplande verhuisbeweging niet steeds tot een effectieve verhuis leidt.

We weten bijzonder weinig over wie de stad binnenkomt. Ook hier kan de Antwerpse monitor een hulp zijn. Aangezien we weten hoe lang de respondenten in de stad wonen, kunnen we vergelijkingen maken tussen recente inwijkelingen en mensen die al lang in de stad wonen.

2.2.2.1. Verhuisplannen

Eén op drie respondenten verwacht binnen de vijf jaar te verhuizen. Slechts 15% verwacht de stad te verlaten, 11% wil naar een andere buurt verhuizen en 6% wil in de huidige buurt blijven wonen. Er zijn geen noemenswaardige verschillen ten opzichte van 2010.

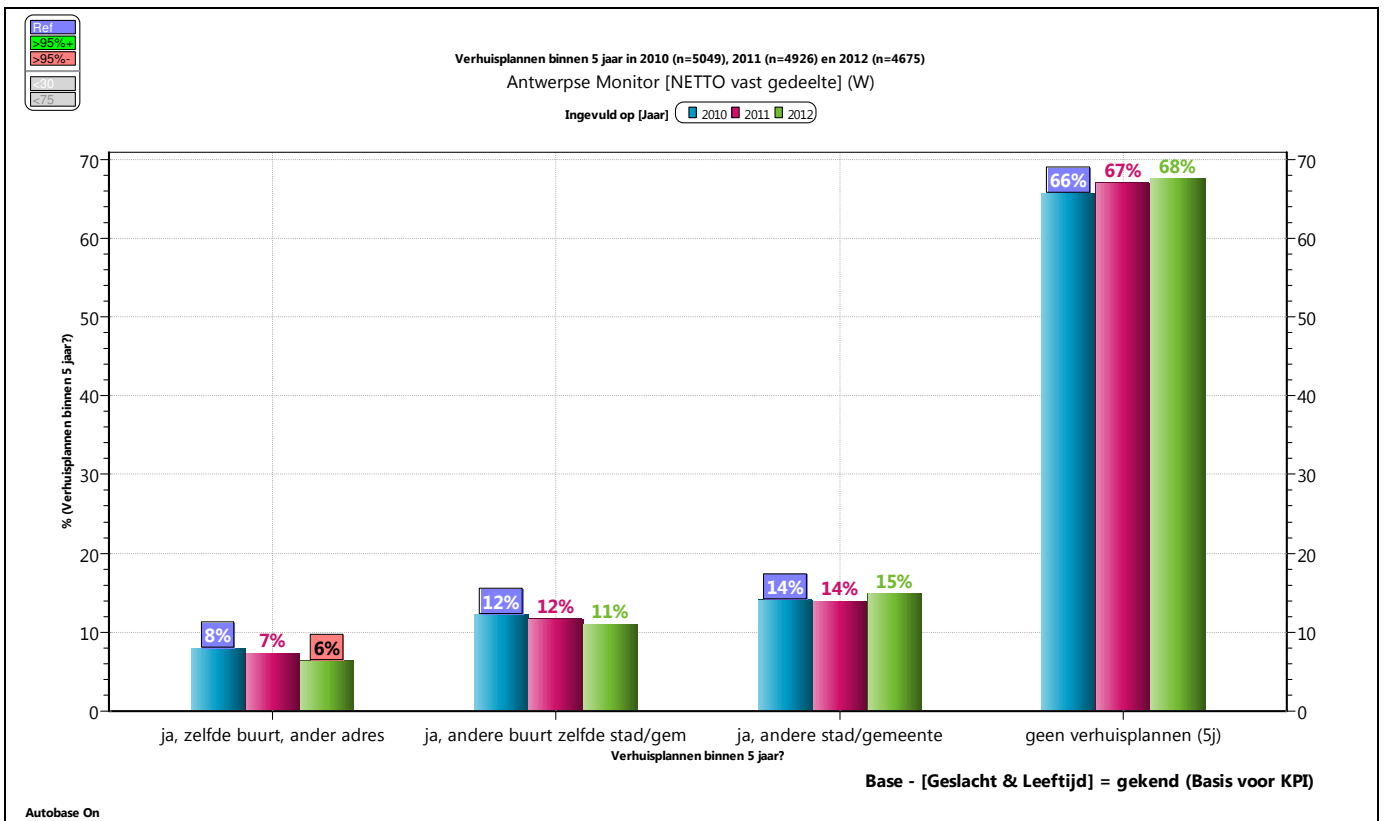
Grafiek 15 Verhuisplannen komende vijf jaar, 2010 tot en met 2011



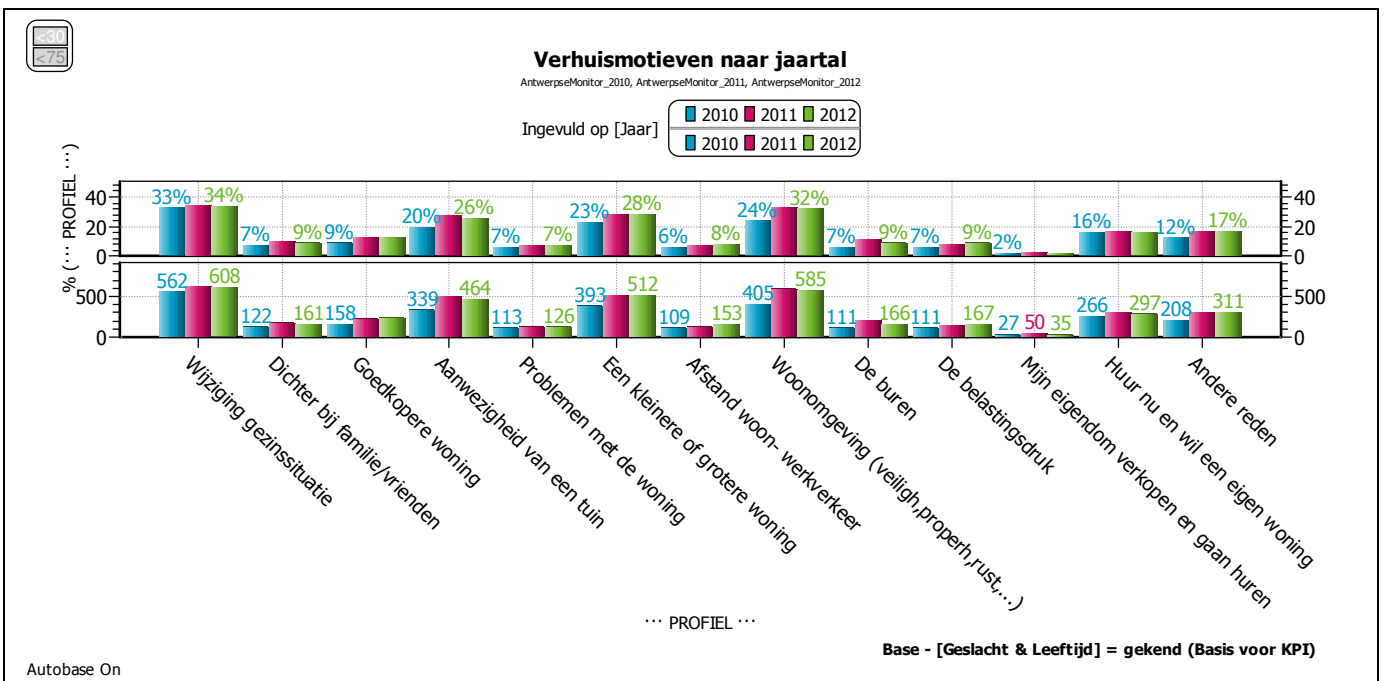
2.2.2.2. Verhuismotieven

De meest vermelde verhuismotivatatie is een wijziging in gezinssituatie. Op de tweede plaats komt de woonomgeving. Ook de aanwezigheid van een tuin en de nood aan een kleinere of grotere woning vormt een belangrijke motivatie om te verhuizen. Niet toevallig vormt de woonomgeving vooral een belangrijker verhuismotief bij wie aangeeft de stad te willen verlaten. Wie daarentegen wil verhuizen naar een grotere of kleinere woning, zoekt een nieuwe woonst vaker in de eigen buurt. Tot slot valt nog op dat de motieven 'dichter bij familie/vrienden wonen', 'de burens' en de 'belastingdruk' bij stadsverlaters vaker vermeld worden als redenen om te verhuizen. Er zijn geen echte verschillen ten opzichte van de resultaten in 2010.

Grafiek 16 Verhuismotieven 2010 tot en met 2012



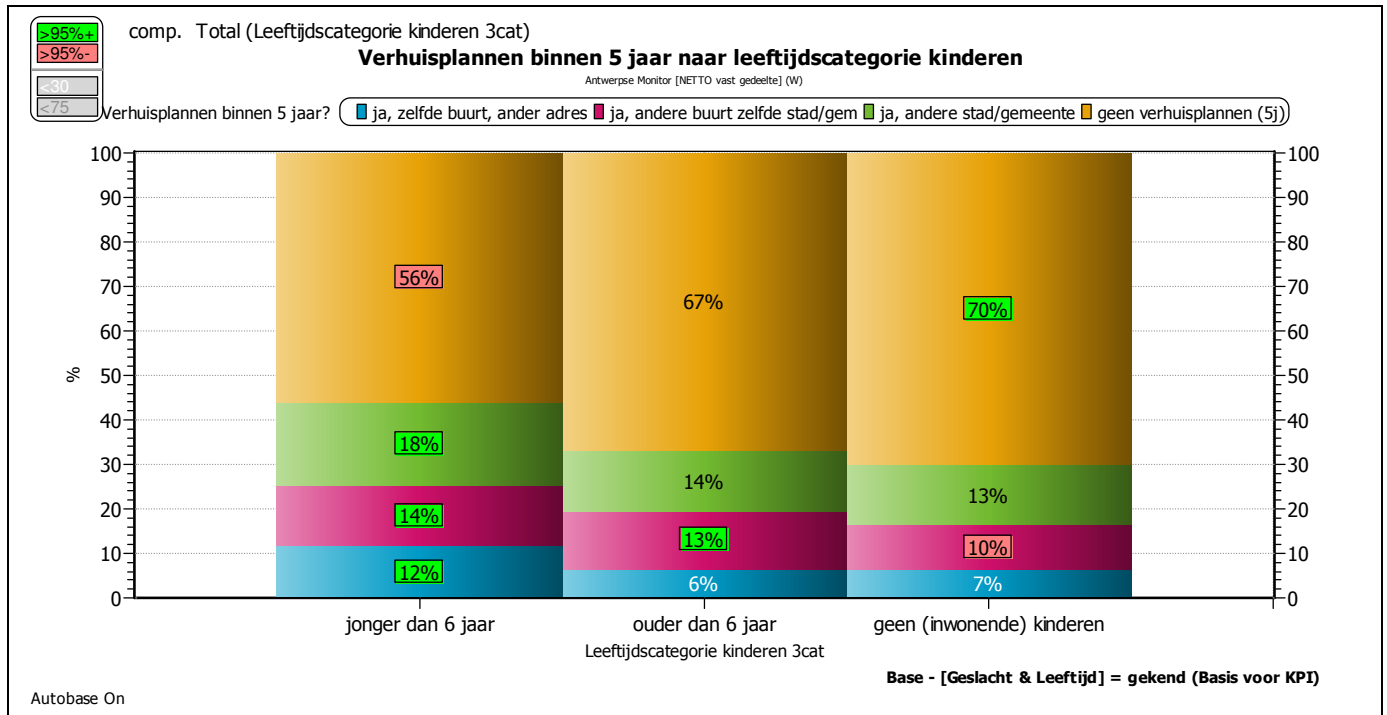
Grafiek 17 Verhuismotieven, 2010 , 2011 en 2012



2.2.2.2. Gezinnen met jonge kinderen

Uitgesplitst naar leeftijd van de kinderen blijkt duidelijk dat respondenten met jonge kinderen het meest geneigd zijn om te verhuizen. Gezinnen met kinderen jonger dan 6 jaar zijn ook meer dan de andere respondenten geneigd om binnen de eigen buurt te verhuizen, en geven daarnaast ook significant vaker aan dat ze buiten de stad willen gaan wonen. Mensen zonder kinderen zijn het minst geneigd om te verhuizen. In vergelijking met 2010 en 2011 is er weinig veranderd.

Grafiek 18 Verhuisplannen volgens leeftijd kinderen in het gezin

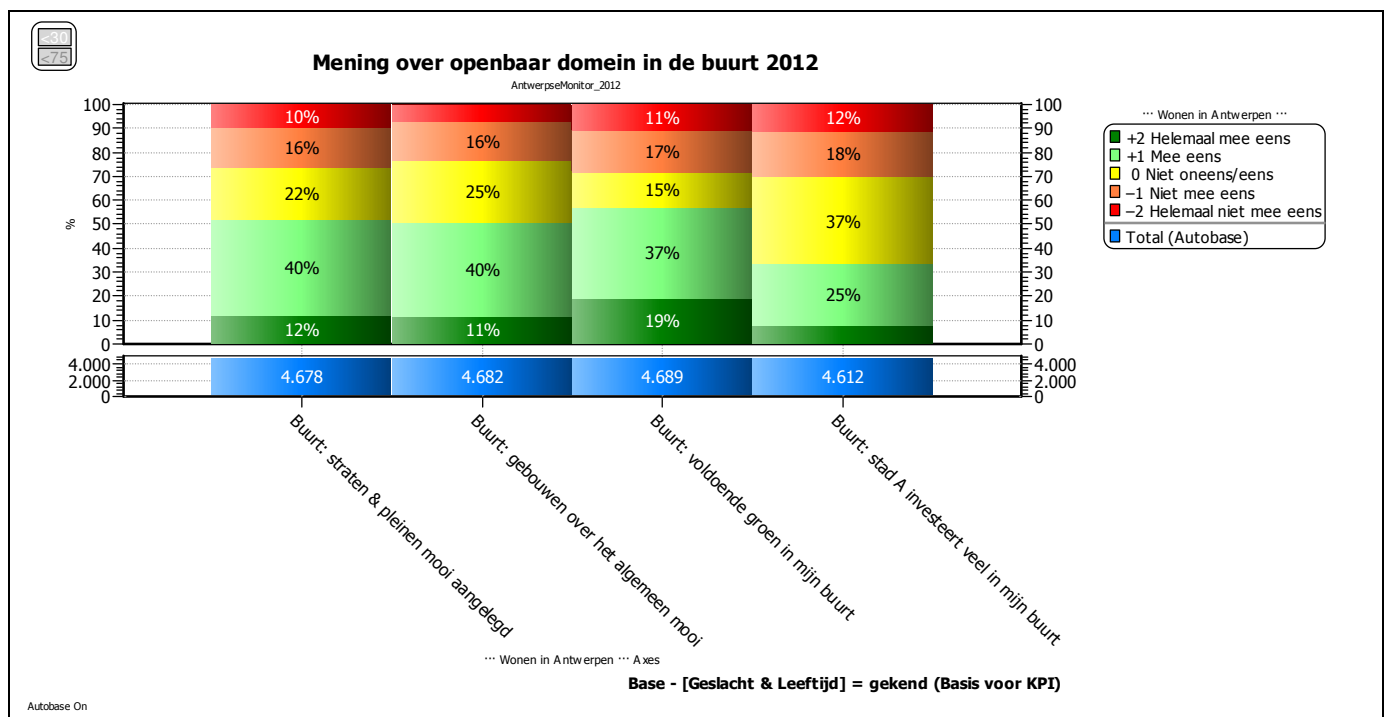


2.2.3. De staat van de stad

2.2.3.1. Openbaar domein in de buurt

Minstens de helft van de respondenten is het eens of helemaal eens met de stellingen dat de straten en pleinen in de buurt mooi aangelegd zijn, de gebouwen over het algemeen mooi zijn en dat er voldoende groen in de buurt is. Opvallend is dat groen het beste scoort van deze drie. Minder goed scoren de investeringen in de buurt. Hierover is slechts drie op tien respondenten positief. Ten opzichte van 2010 is het aandeel respondenten dat positief is over de investeringen van de stad in hun buurt wel licht gestegen in 2011 en in 2012 is het aandeel positief nagenoeg gelijk gebleven.

Grafiek 19 Mening over openbaar domein in de buurt



2.2.4 Staat van de stoep

In de tweede, derde en achtste golf van 2012 werden een aantal vragen over de staat van de stoep opgenomen.

De vraagstelling werd als volgt geformuleerd:

In welke mate vond u de afgelopen maand de toestand van uw straat goed of slecht? Met de toestand van uw straat bedoelen we of er al dan niet wegverzakkingen, losliggende stenen, ... voor komen. Deze vraag werd gesteld voor de toestand van het wegdek in de straat en voor de toestand van het voetpad in de straat. Antwoordmogelijkheden waren zeer slecht/eerder slecht/noch goed, noch slecht/eerder goed en zeer goed.

Uit de volgende grafiek blijkt dat de toestand van het wegdek en de stoep over het algemeen door een meerderheid als goed wordt beoordeeld.

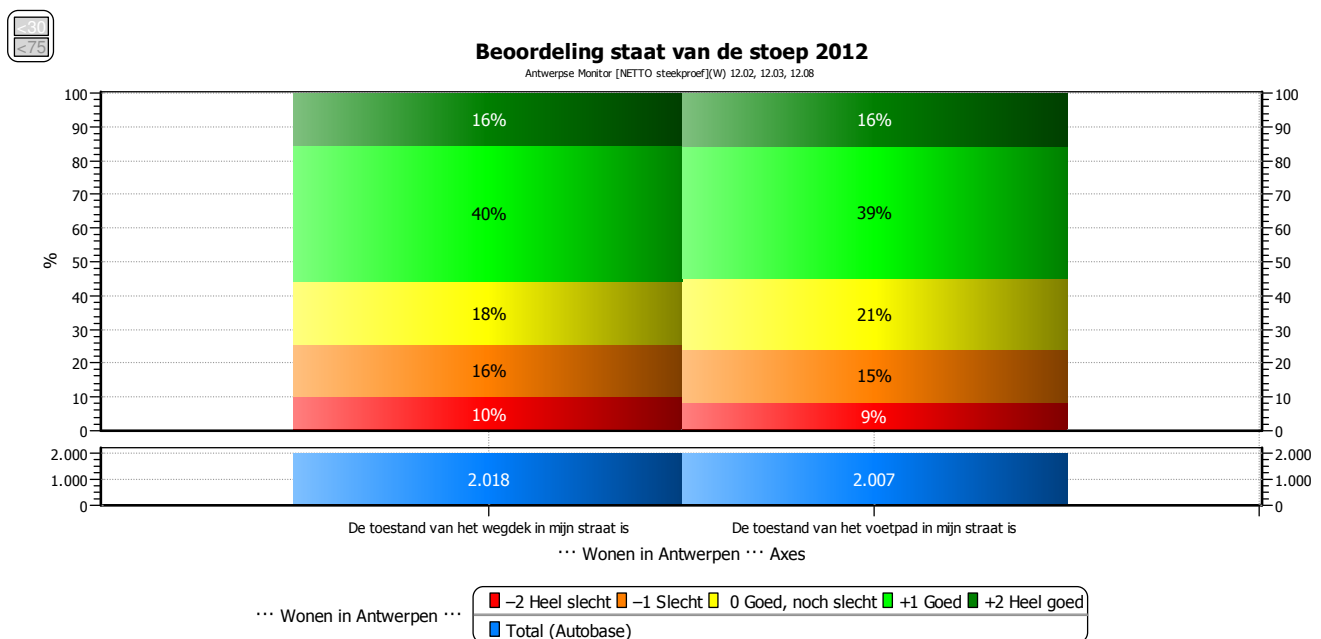
- 26% beoordelen de toestand van het wegdek van hun straat niet goed waarvan als slecht (16%) tot zeer slecht (10%)
- 24% beoordelen de toestand van het voetpad van hun straat niet goed waarvan: als slecht (15%) tot zeer slecht (9%)

De beoordeling van het wegdek en het voetpad is voor de meeste respondenten gelijkaardig.

Verder blijkt uit

Grafiek 21 dat indien het voetpad goed wordt beoordeeld, men dit ook vindt van het wegdek en omgekeerd. Mogelijk is de toestand van beide in werkelijkheid gelijkaardig en indien er al een onderscheid zou bestaan tussen de toestand van het voetpad en het wegdek wordt dit uit hoofde van de respondenten in ieder geval niet gemaakt.

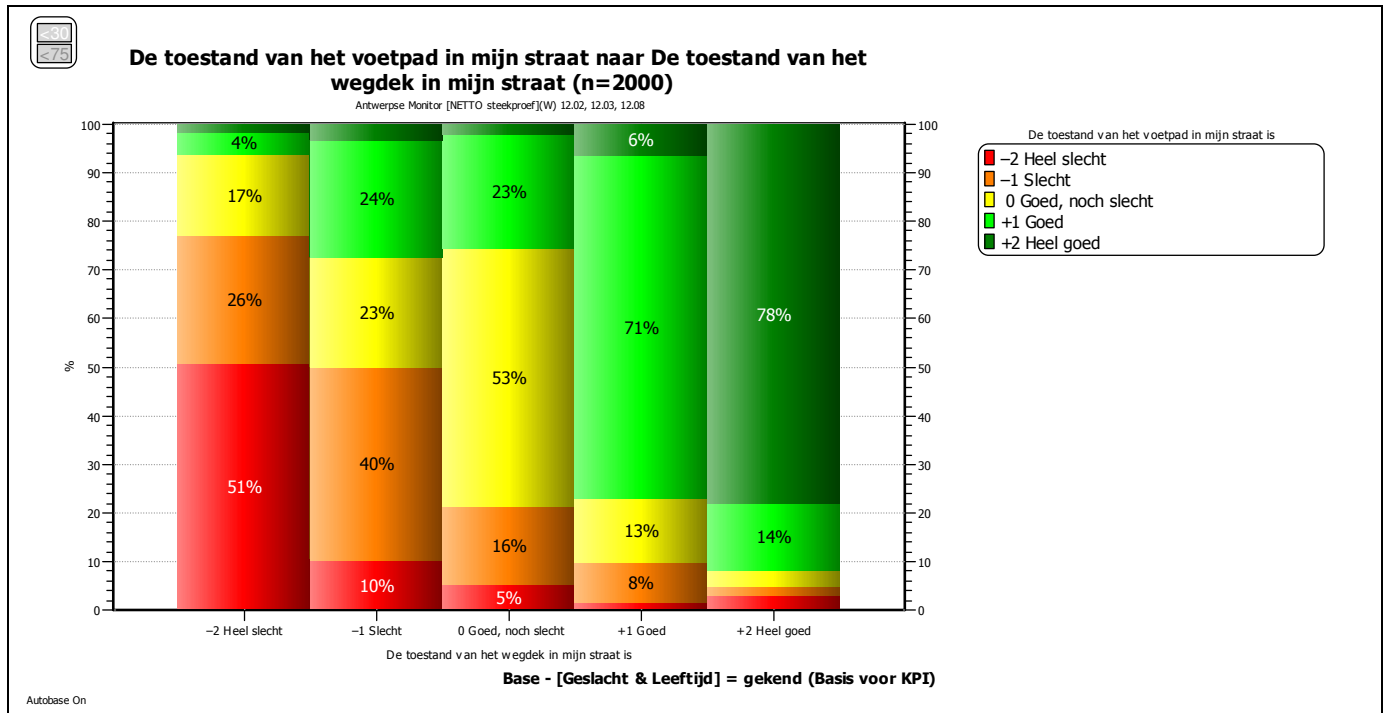
Grafiek 20: Beoordeling van staat van de stoep



Autobase On

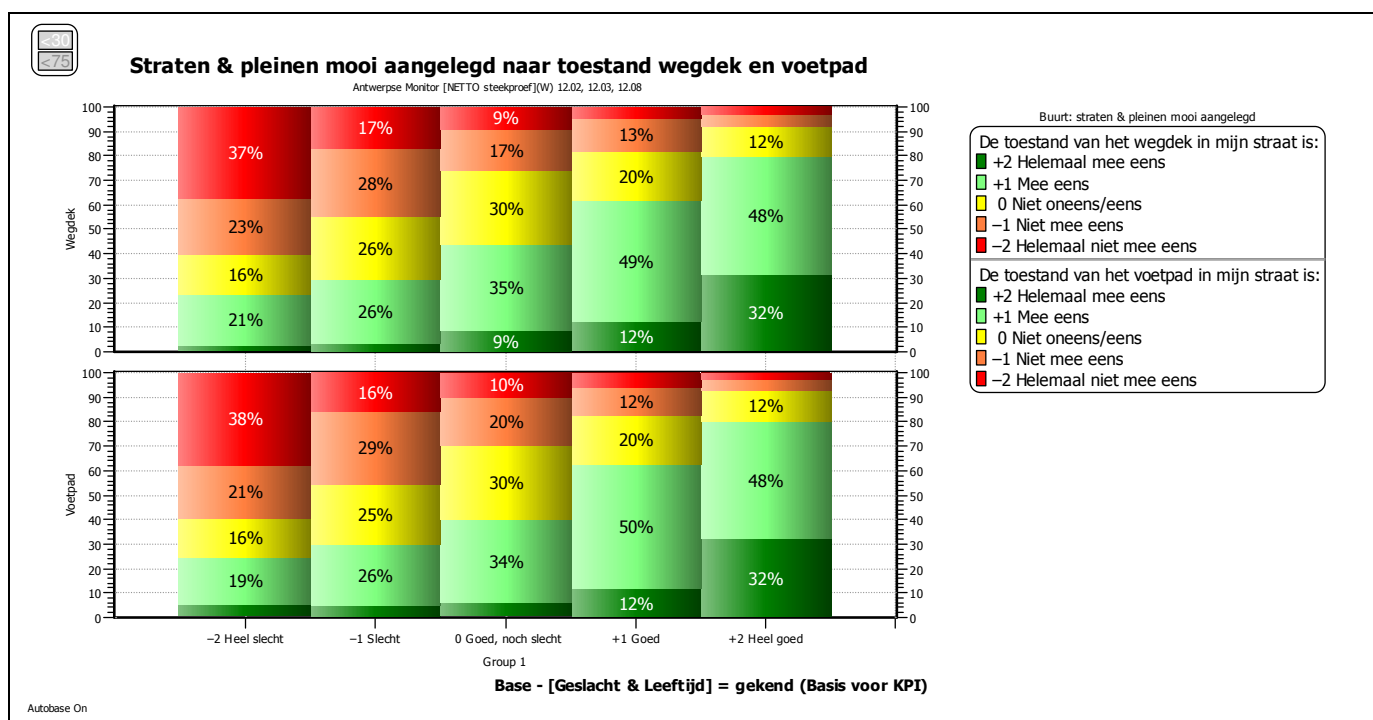
Base - [Geslacht & Leeftijd] = gekend (Basis voor KPI)

Grafiek 21: Kruising toestand voetpad naar toestand wegdek



In de volgende grafieken werd de kruising gemaakt met de vraag: “De straten en pleinen in mijn buurt zijn mooi aangelegd”. Respondenten die deze vraag positief beantwoorden, vinden in de meeste gevallen ook dat de toestand van hun wegdek en voetpad goed tot zeer goed is. De differentiatie die kan gemaakt worden op basis van de operationele vragen over de toestand van het wegdek en het voetpad is met andere woorden niet zeer groot. Op zich is dit niet verwonderlijk aangezien straten en voetpaden in slechte staat moeilijk de beoordeling kunnen krijgen dat ze ‘mooi aangelegd’ zijn.

Grafiek 22: Straten & pleinen mooi aangelegd naar toestand wegdek en voetpad

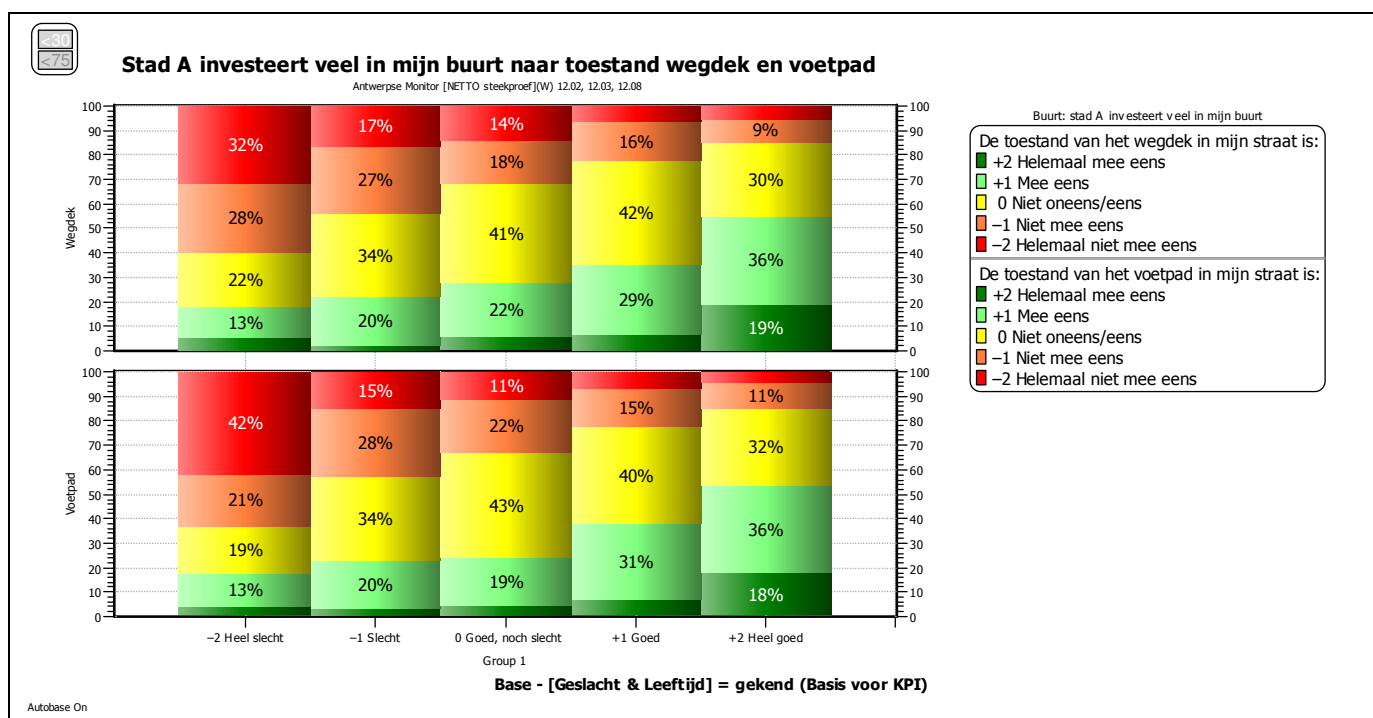


In de volgende grafiek wordt de mening over ‘stad investeert veel in mijn buurt’ gekruist met de mening over toestand wegdek en voetpad

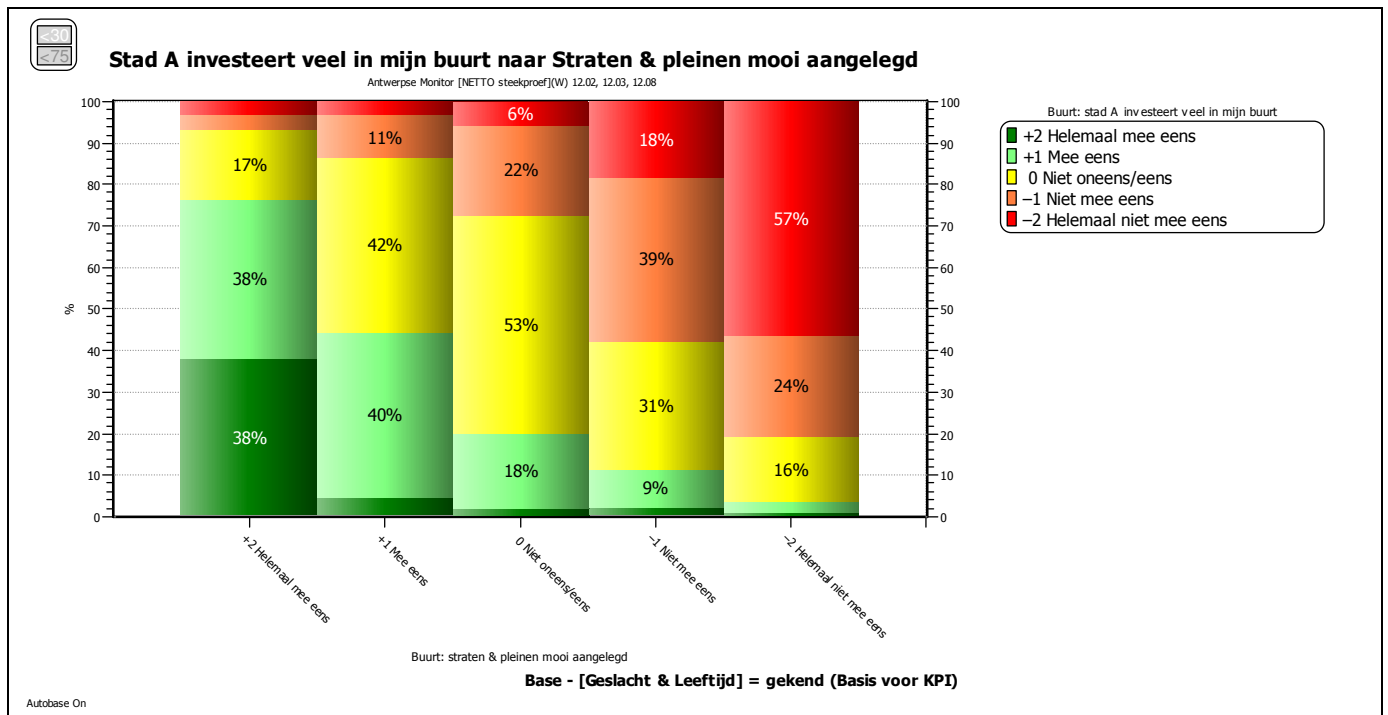
Respondenten die de toestand van het wegdek en de stoep als goed of zeer goed beoordelen menen in meerderheid dat de stad veel in hun buurt investeert.

Aangezien er een sterk verband is tussen ‘mooi aangelegd’ en de beoordeling van de staat van het voetpad en het wegdek geldt ook dat er een sterk verband is tussen ‘mooi aangelegd’ en de beoordeling dat ‘de stad veel investeert in de buurt’.

Grafiek 23: Stad investeert veel in de buurt naar toestand wegdek en voetpad



Grafiek 24: Stad investeert veel in mijn buurt naar straten en pleinen mooi aangelegd



Tussen de beoordeling van de toestand van het wegdek en het voetpad en de beoordeling van de properheid van de straat is er ook een sterk verband.

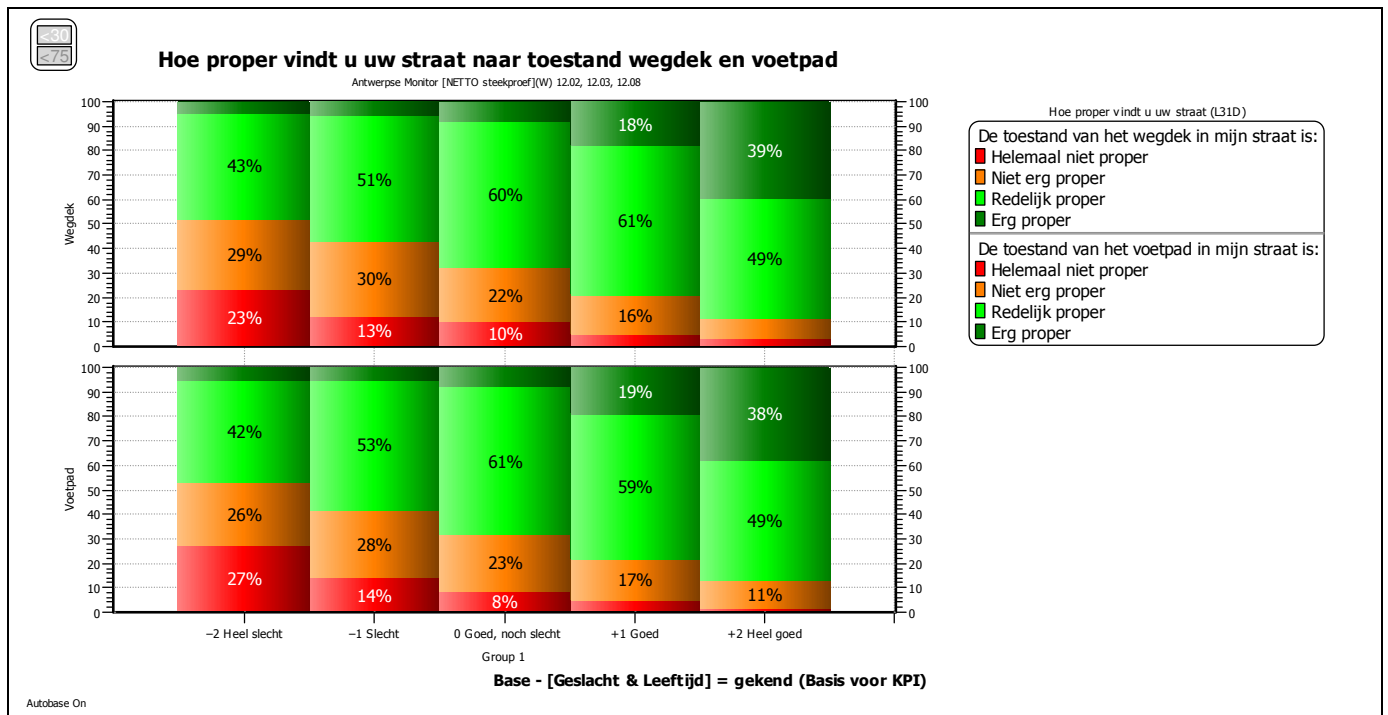
Dit verband is echter iets minder sterk of deterministisch. Respondenten die de toestand van het wegdek of voetpad slecht vinden, vinden niet per definitie altijd dat de straat niet proper is.

Enerzijds is het mogelijk dat mensen in een straat waarvan de toestand van het wegdek en voetpad slecht is daarom in meerdere mate vinden dat de straat niet proper is.

Anderzijds is het ook mogelijk dat straten die effectief in minder goede staat zijn ook effectief minder proper zijn.

In welke mate er een oorzakelijk verband is tussen subjectieve beoordeling van de staat van de straat en de properheid dan wel of straten die in minder goede staat zijn ook vuiler zijn, is op basis van deze gegevens niet sluitend te achterhalen. Wel stellen we vast dat in een straat in slechte staat er meer kans is dat deze subjectief als vuil wordt beoordeeld. Echter meer dan 50% van de respondenten die vinden dat hun straat in slechte staat is, vinden hun straat toch proper.

Grafiek 25: Mening over properheid straat naar toestand wegdek en voetpad

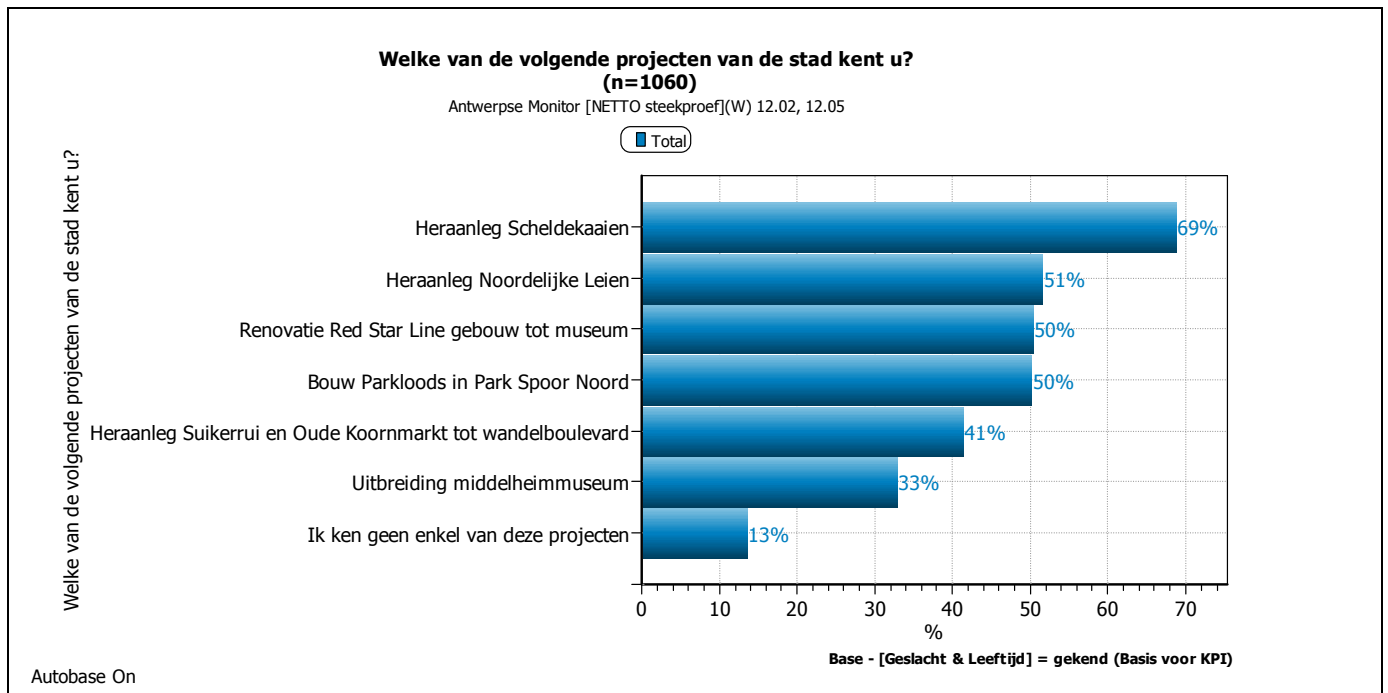


2.2.5 Kennis van projecten van de stad

In golf 2 en golf 5 werd gepeild naar de kennis van enkele projecten van de stad. De vraagstelling was: welke projecten van de stad kent u?

Heraanleg Scheldekaaien was het meeste gekend: 69% van de respondenten kruist dit aan als gekend. Op de tweede plaats stond de heraanleg van de Noordelijke Leien dat door 51% van de respondenten gekend is. De Renovatie Red Star Line gebouw tot museum staat met 50% op de derde plaats. Slechts 13% van de respondenten kent geen enkel project.

Grafiek 26: Kennis van projecten van de stad (n=1060)



In de volgende tabel wordt de kennis van de projecten gekruist met de leeftijd. Hieruit blijkt dat jongeren in het algemeen minder projecten kennen en ouderen meer.

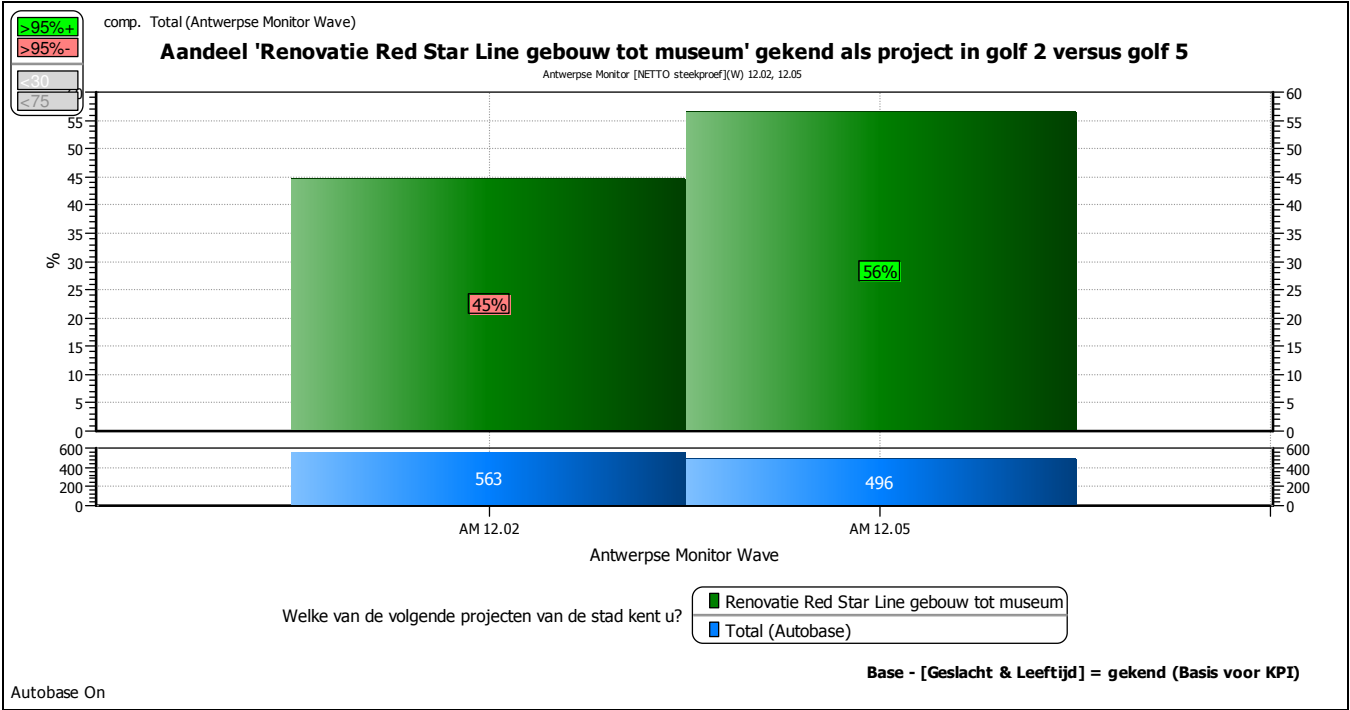
Tabel 2: Kennis projecten naar leeftijd³

Leeftijd	Total (Autobase)	Heraanleg Scheldekaaien	Renovatie Red Star Line gebouw tot museum	Bouw Parkloods in Park Spoor Noord	Heraanleg Noordelijke Leien	Uitbreiding middelheim museum	Heraanleg Suikerrui en Oude Koornmarkt tot wandelboulevard	Ik ken geen enkel van deze projecten
Total (Autob)	100%	69%	50%	50%	51%	33%	41%	13%
16 - 25	100%	54%	26%	45%	38%	25%	24%	20%
26 - 35	100%	66%	45%	57%	49%	30%	37%	13%
36 - 45	100%	72%	51%	54%	53%	32%	37%	12%
46 - 55	100%	69%	51%	50%	52%	32%	45%	14%
56 - 65	100%	74%	63%	51%	59%	37%	51%	10%
66 - 75	100%	79%	69%	44%	62%	43%	56%	10%
76 +	100%	76%	63%	38%	54%	32%	54%	15%

Om te weten of de campagne Red Star Line een effect had op kennis wordt in de volgende grafiek het aandeel respondenten dat het project kent in golf 2 (voor de campagne) vergeleken met het aandeel in golf 5 (na de campagne). Er is duidelijk een effect: na de campagne kent 56% het project, terwijl er vooraf slechts een bekendheid was bij 45% van de respondenten.

³ De categorie 76+ verwijst naar respondenten tussen 76 en 80 jaar, vermits enkel inwoners tot 80 jaar werden bevraagd.

Grafiek 27: Kennis project Red Star Line voor en na de campagne

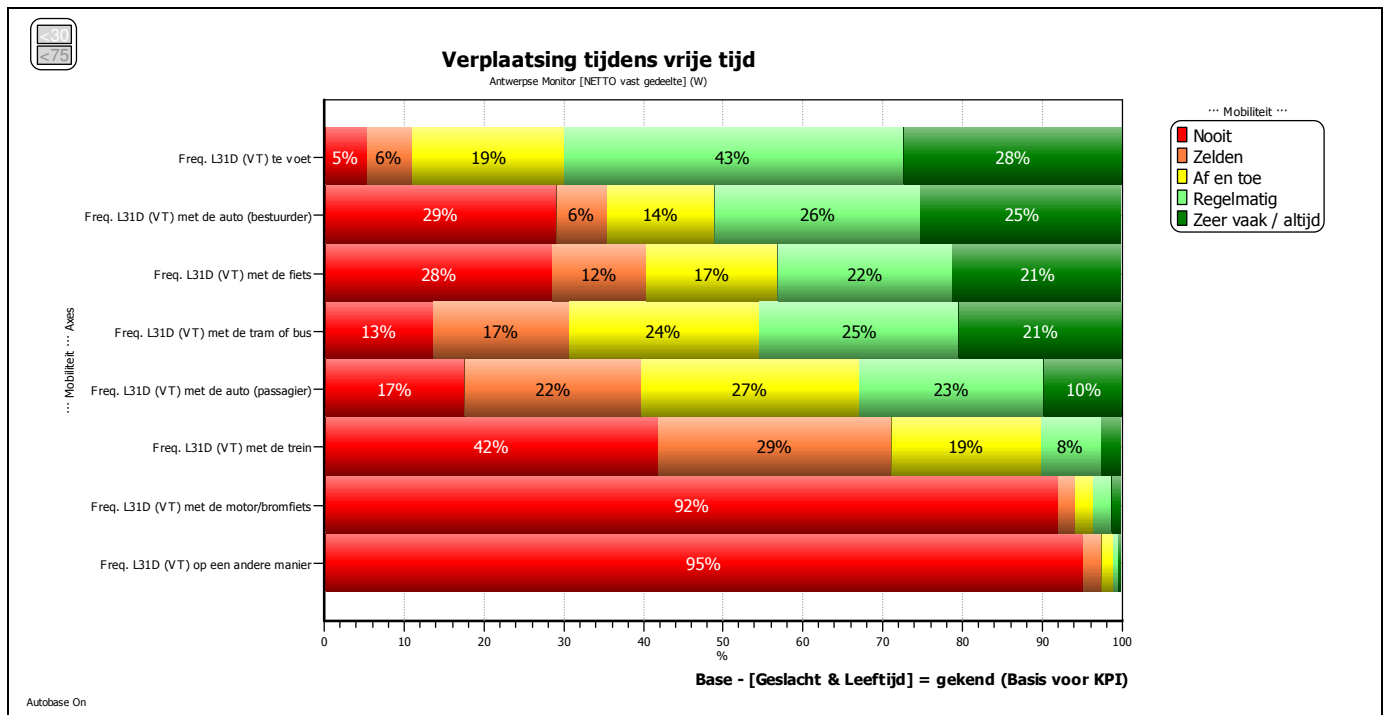


2.3. Mobiliteit

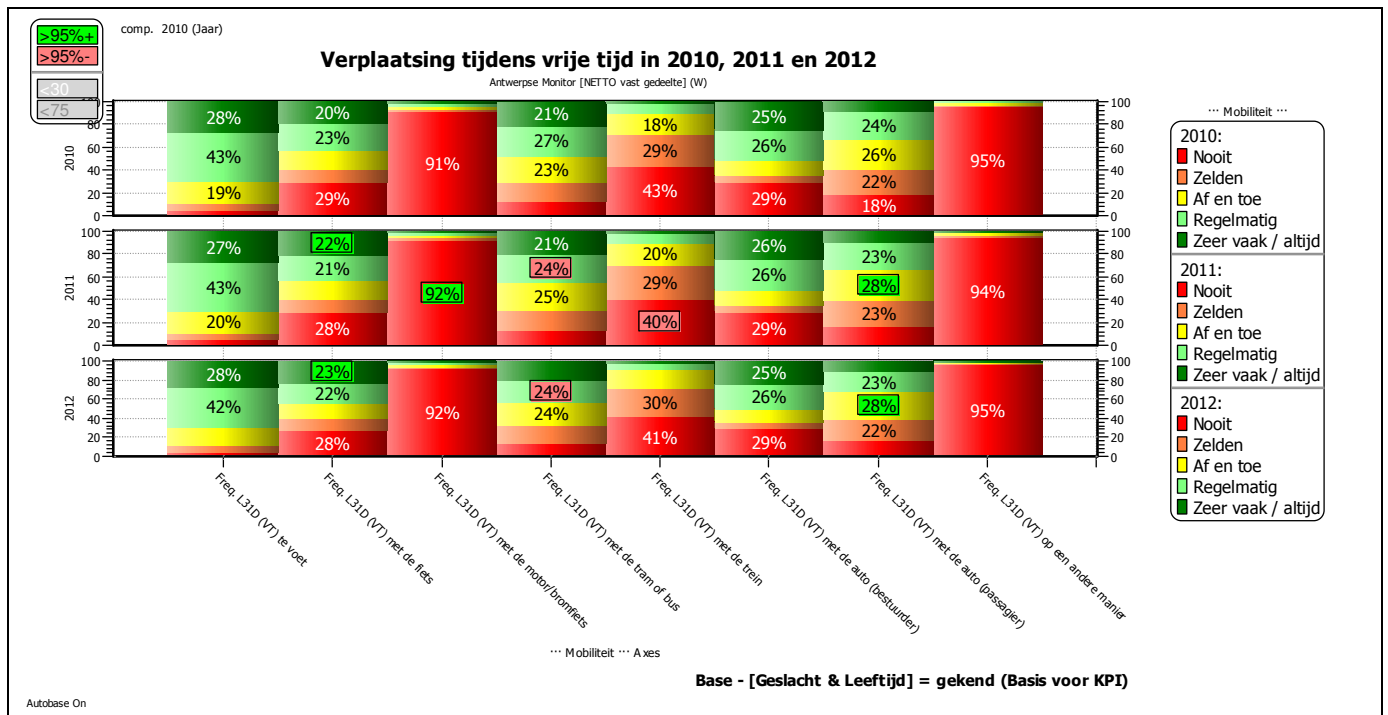
2.3.1. Verplaatsingsgedrag

In de vrije tijd verplaatst 71% zich regelmatig tot zeer vaak te voet. Daarna volgt de auto, tram of bus en de fiets. Het verplaatsingsgedrag in de vrije tijd in 2012 verschilt weinig met het verplaatsingsgedrag in 2011. Ten opzicht van 2010 stijgt het aandeel respondenten dat af en toe als passagier meerijdt en dat zeer vaak de fiets neemt; het percentage dat regelmatig tram of bus neemt, daalt.

Grafiek 28 Verplaatsingsgedrag tijdens vrije tijd

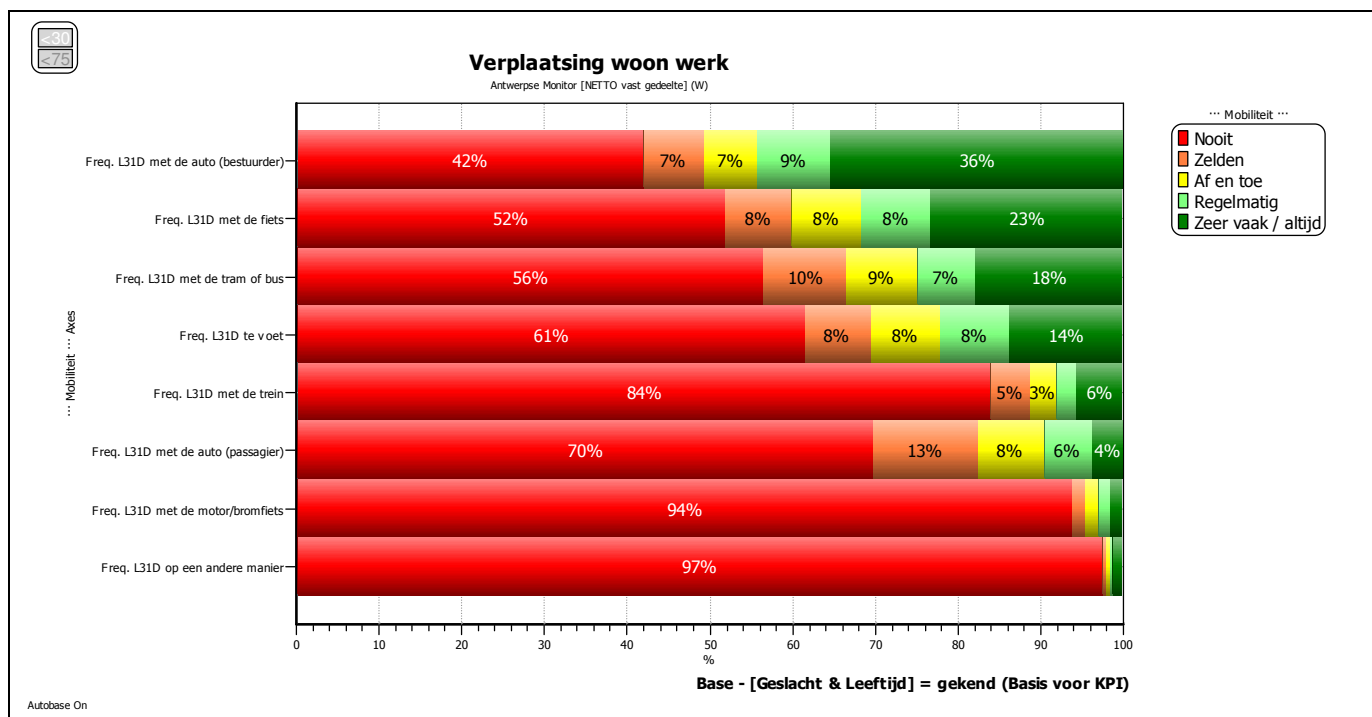


Grafiek 29 Verplaatsingsgedrag tijdens vrije tijd, 2010, 2011 en 2012

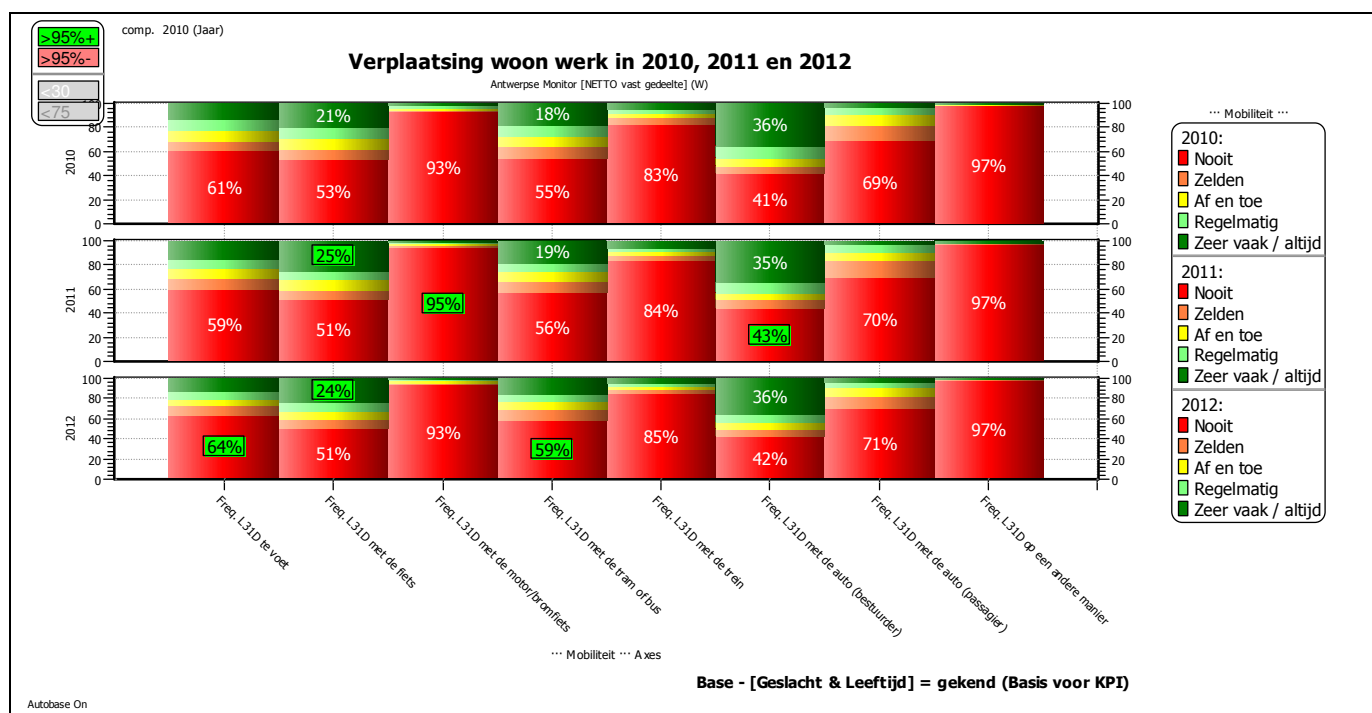


Om naar werk of school te gaan, staat de wagen op de eerste plaats. Opvallend is dat bijna de helft van de respondenten die de wagen neemt, dit meestal of altijd doet. Zij die zich duurzaam verplaatsen, wisselen vaker van modaliteit. Er zijn opvallend weinig respondenten die met de trein naar het werk gaan. De verschillen met 2010 zijn zeer klein. Er is een stijging van het aandeel mensen dat nooit te voet gaat en er zijn ook meer respondenten die nooit gebruik maken van openbaar vervoer, terwijl er meer mensen zijn die bijna altijd met de fiets naar het werk gaan. Mogelijk gaat het om een kleine verschuiving in het verplaatsingsgedrag van regelmatige fietsers die regelmatig tram of bus nemen naar fietsers die bijna altijd met de fiets gaan.

Grafiek 30 Verplaatsingsgedrag woon/werkverkeer



Grafiek 31 Verplaatsingen woon werk in 2010, 2011 en 2012

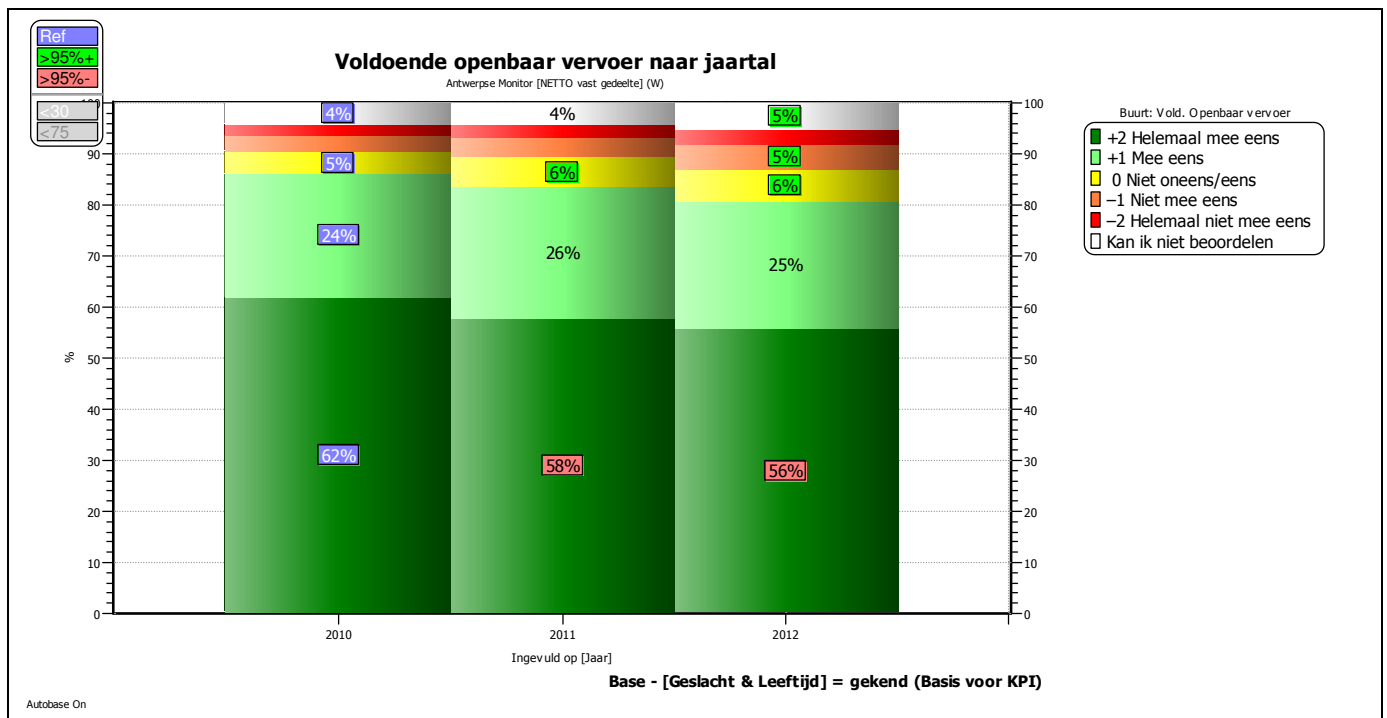


2.3.2. Schoolomgeving, fietspaden, openbaar vervoer en parkeerplaatsen

2.3.2.1. Openbaar vervoer

De meeste respondenten zijn zeer positief over het aanbod openbaar vervoer, met 56% die helemaal akkoord is met de stelling en nog eens 25% die het er 'mee eens' is. Vergeleken met 2010 daalt de tevredenheid wel en het aandeel dat het niet eens is met de stelling dat er voldoende openbaar vervoer is stijgt.

Grafiek 32 Mening over openbaar vervoer, 2010, 2011 en 2012

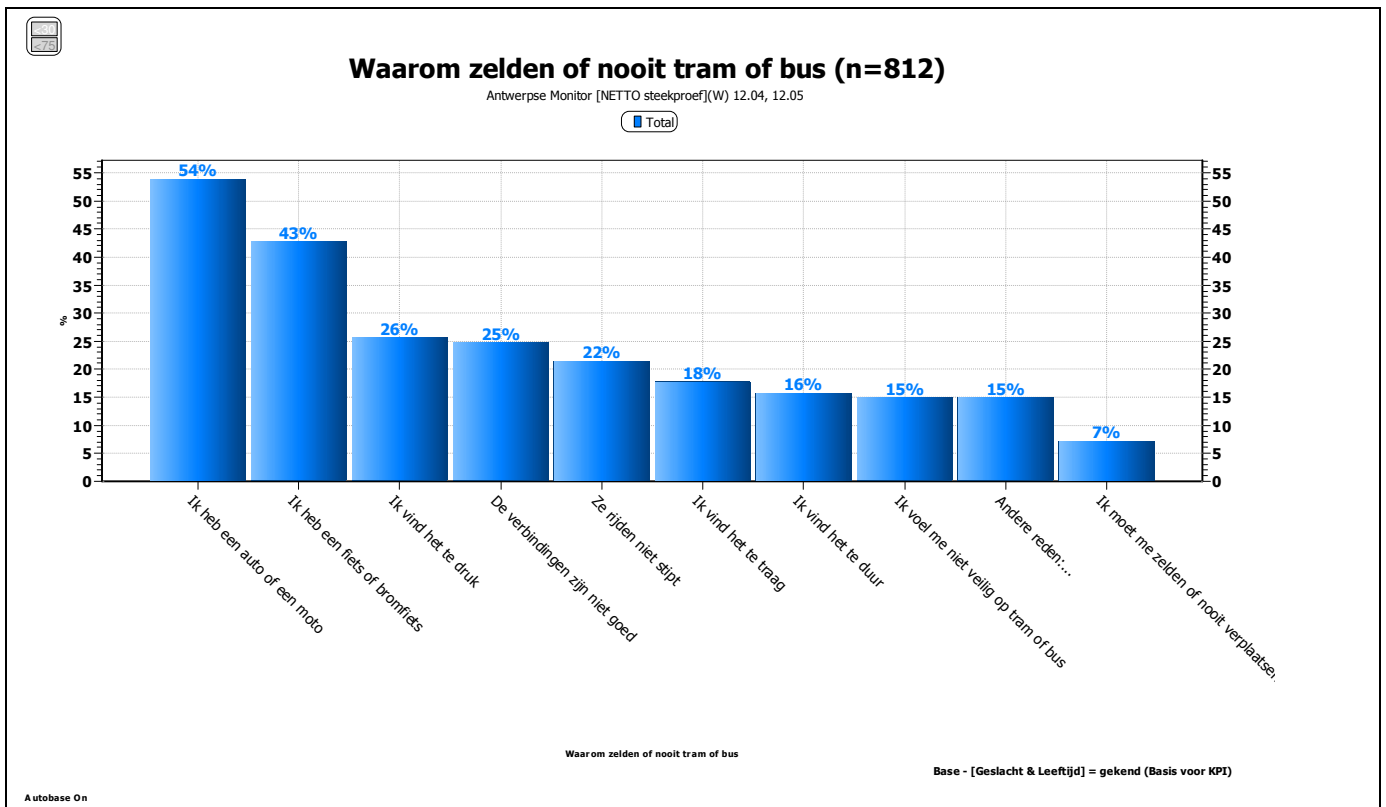


In golven 4 en 5 werden volgende extra vragen toegevoegd over openbaar vervoer:

- Indien u nooit tram of bus gebruikt: Wat zijn redenen waarom u nooit de tram of bus neemt ? Men kon meerdere antwoorden aankruisen
- Indien u wel tram of bus gebruikt: In welke mate hebt u de afgelopen maand zelf last ondervonden van één of andere vorm van overlast (zoals bv overlast van groepen jongeren, lastiggevallenen,...) op tram of bus in Antwerpen? (antwoordmogelijkheid: helemaal niet tot helemaal wel)
- Kent u de lijntoezichters?
- Indien gekend, hoe vaak hebt u de afgelopen maand een lijntoezichter op tram of bus ontmoet?
- Gebeurt het dat u zich onveilig voelt op het openbaar vervoer? (antwoordmogelijkheden: nooit tot altijd en 'ik neem nooit openbaar vervoer')

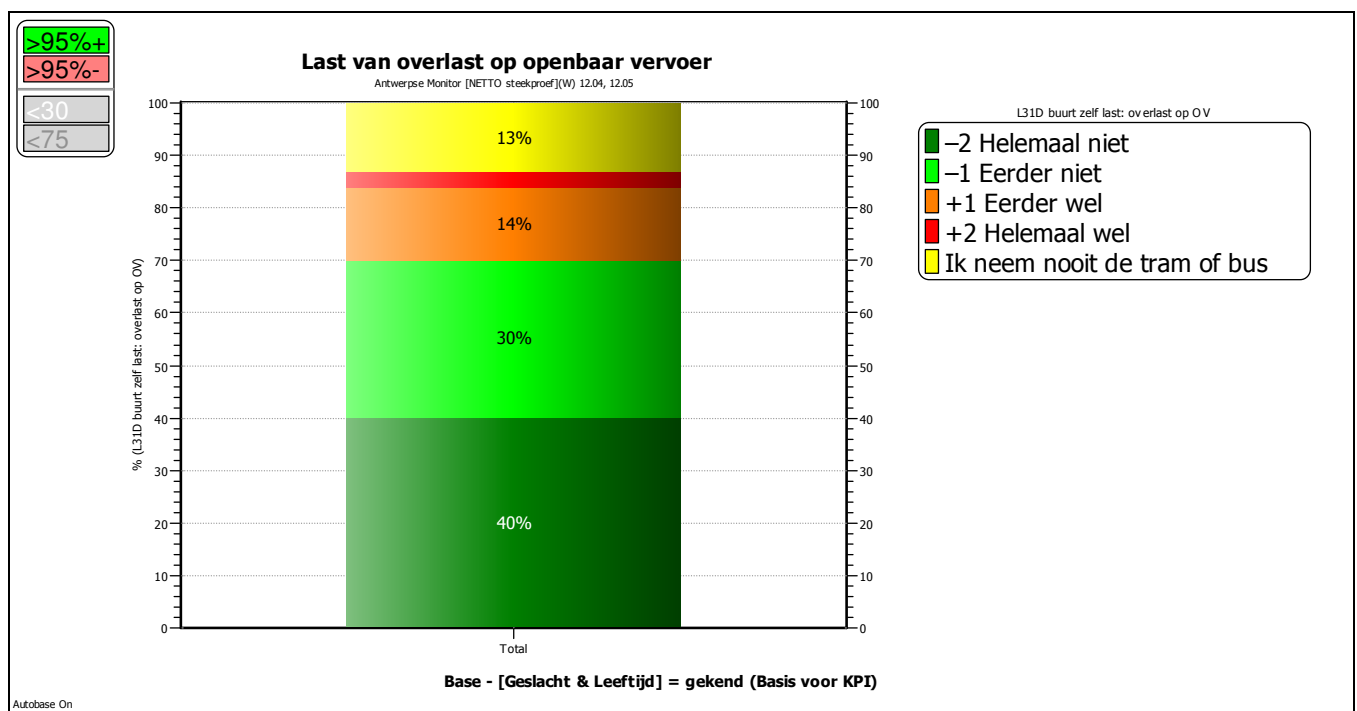
De voornaamste reden waarom respondenten zelden of nooit tram/bus nemen, is omdat ze zich verplaatsen met een ander vervoersmiddel (auto, moto, fiets of bromfiets). Daarnaast spelen factoren van het aanbod mee: te druk, slechte verbindingen, niet stipt rijden, te traag en te duur. Een 15% geeft als reden aan dat ze zich niet veilig voelt op tram of bus.

Grafiek 33: Waarom zelden of nooit tram of bus



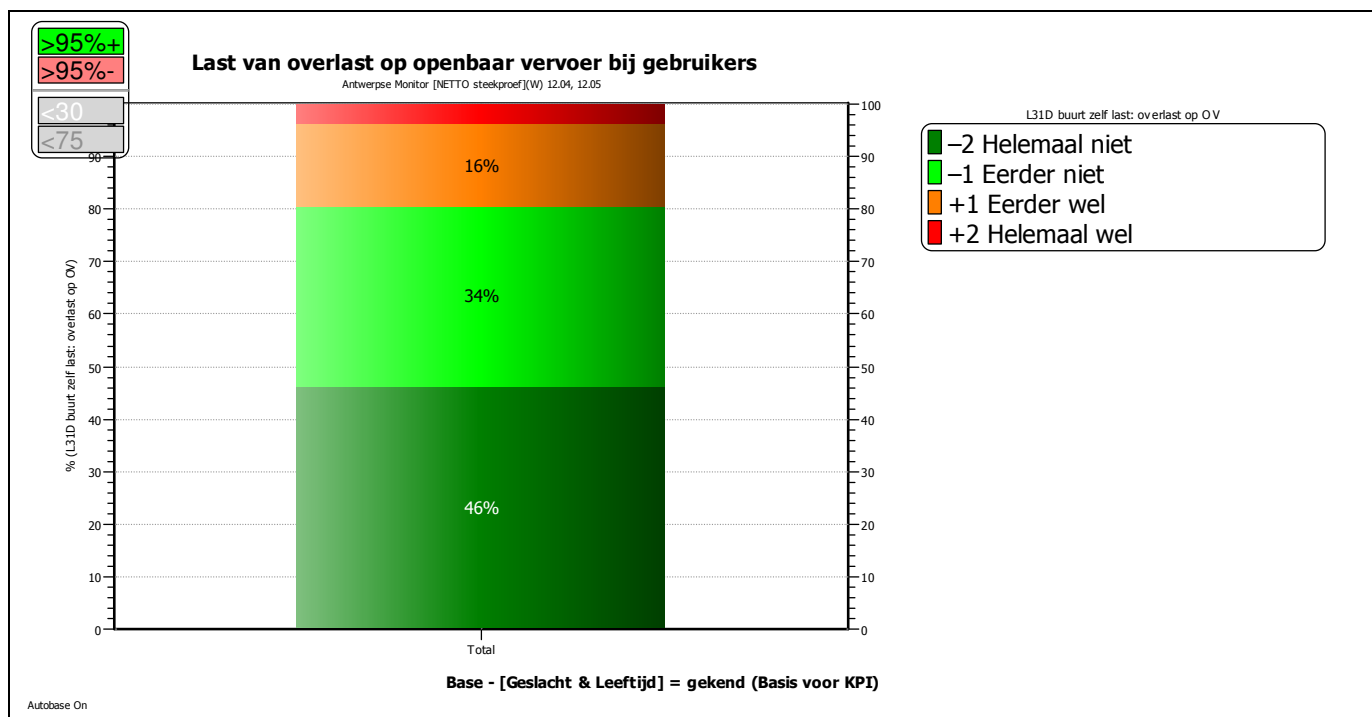
Uit de volgende grafiek blijkt dat 17% van de respondenten overlast op openbaar vervoer.

Grafiek 34: Last van overlast op openbaar vervoer (n=1120)



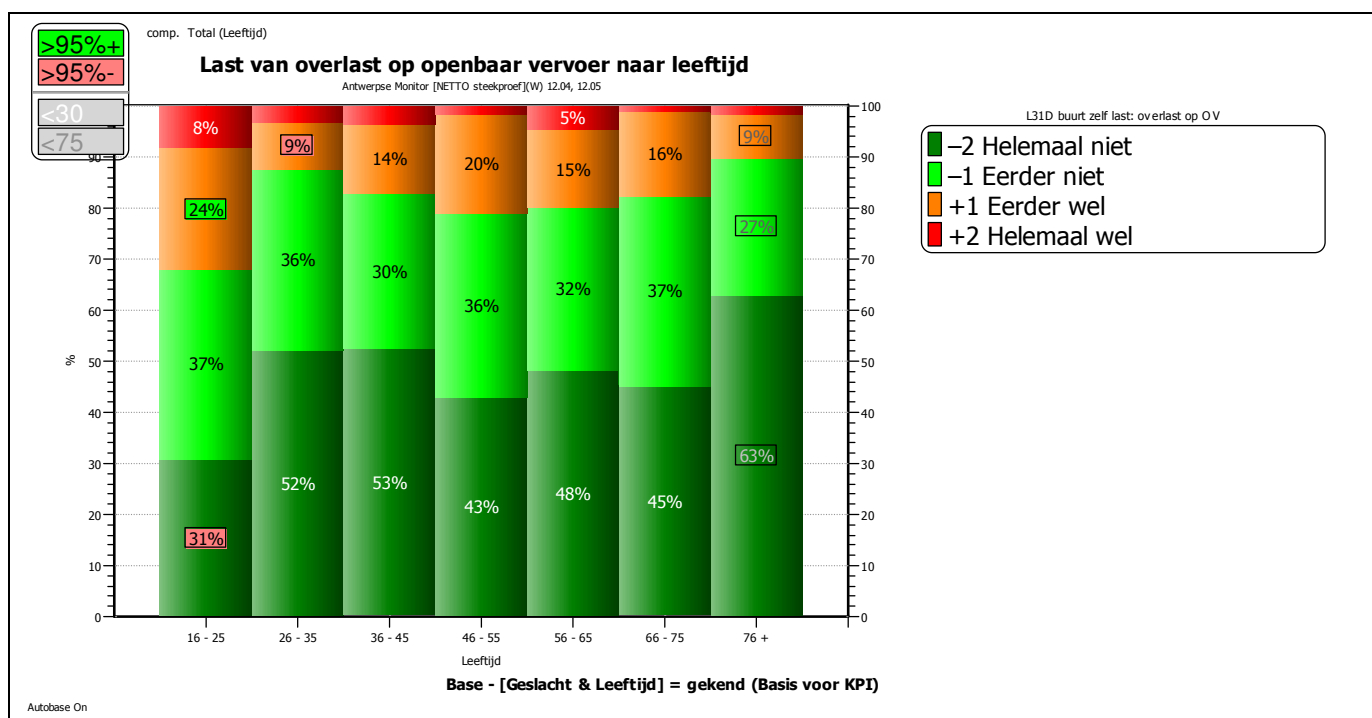
Wanneer we de verdeling bekijken bij gebruikers (dus met weglating van respondenten die nooit tram of bus gebruiken) dan stellen we vast dat 20% van de gebruikers of één op vijf last heeft van overlast op openbaar vervoer.

Grafiek 35: Last van overlast op openbaar vervoer bij gebruikers (n=975)



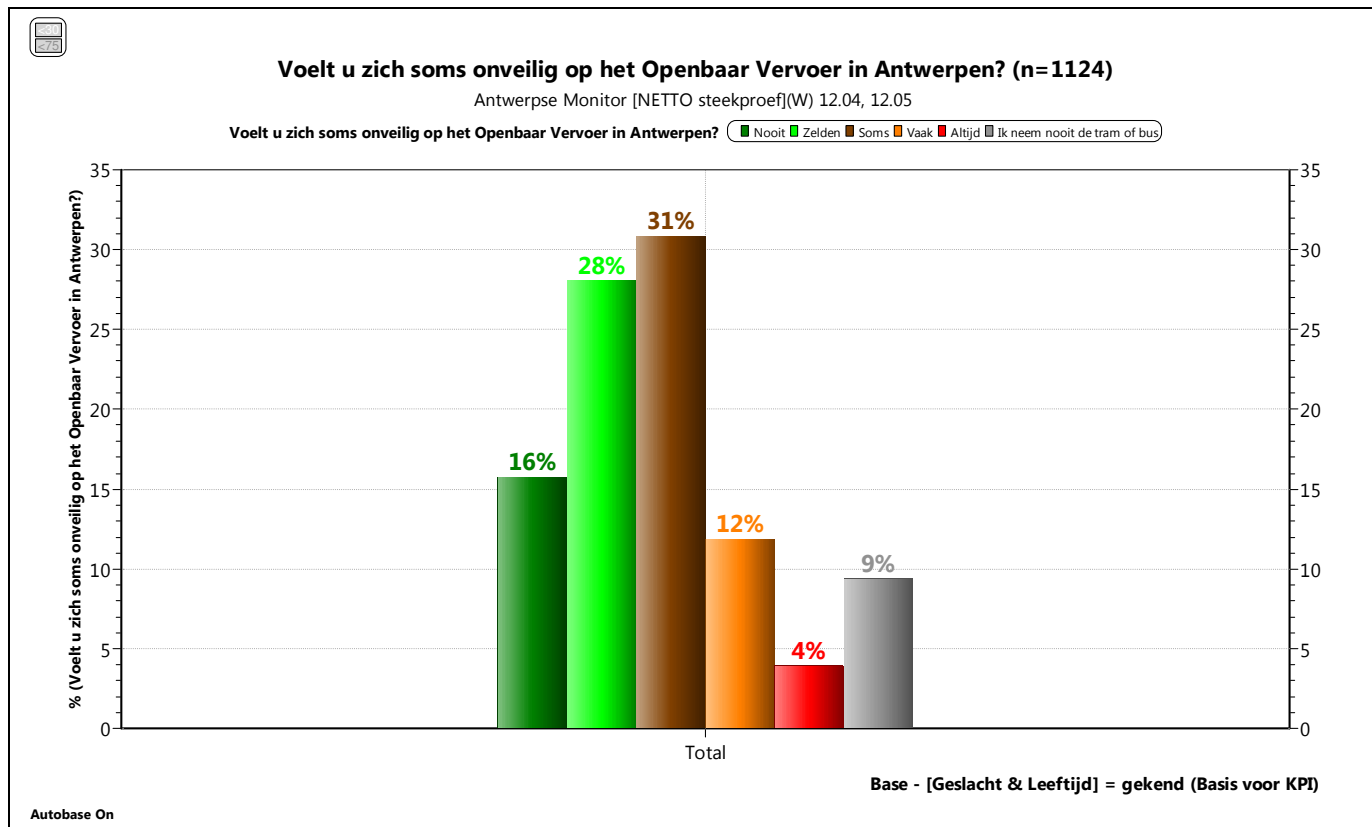
Wanneer we deze grafiek opsplitsen naar leeftijd, stellen we vast dat vooral jongeren meer last hebben van overlast op openbaar vervoer.

Grafiek 36: Last van overlast op openbaar vervoer naar leeftijd (n=975)



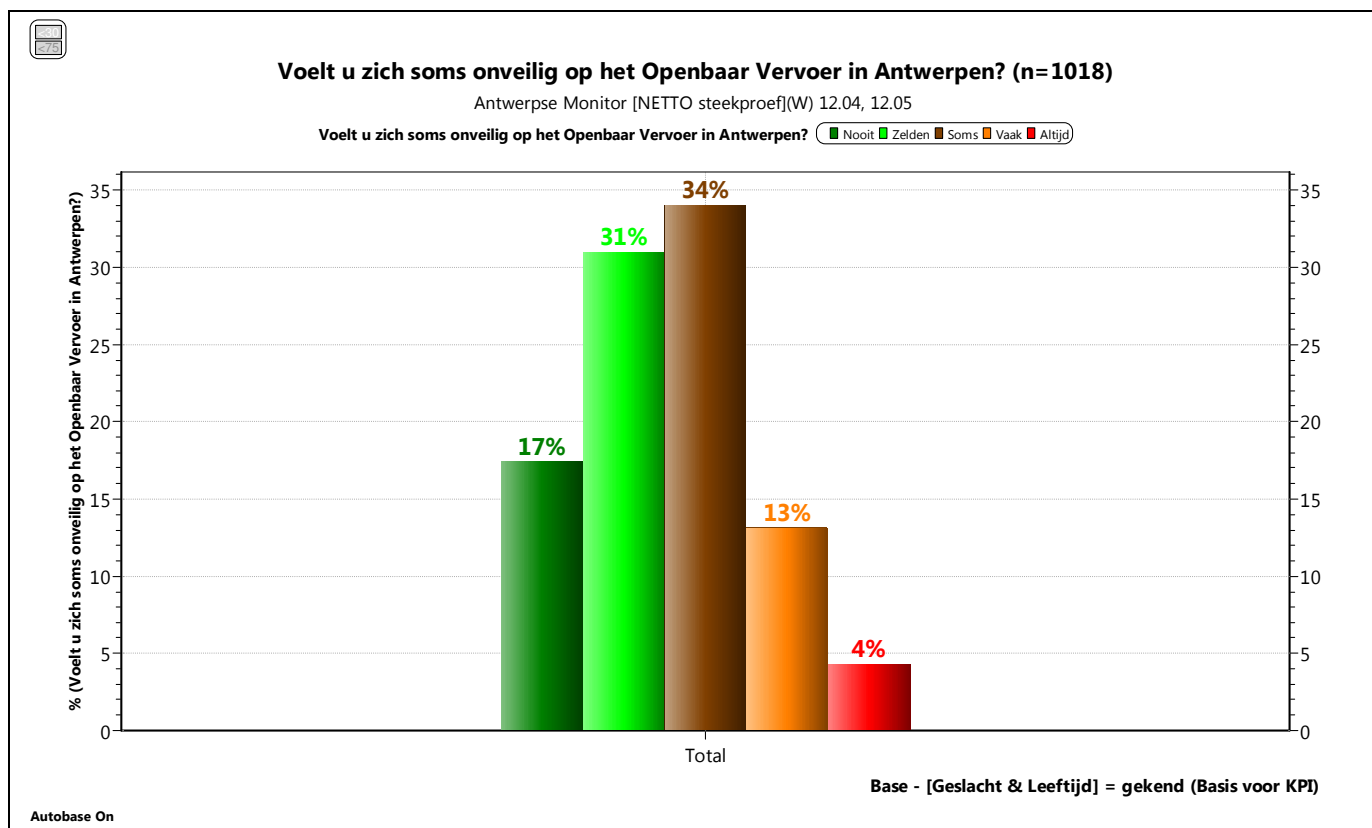
Uit de volgende grafiek blijkt dat 47% van de respondenten zich soms tot altijd onveilig voelen op het openbaar vervoer in Antwerpen. Wanneer we ons beperken tot de gebruikers (zonder de categorie ‘ik neem nooit tram of bus’), voelt de helft zich soms tot altijd onveilig

Grafiek 37: Voelt u zich soms onveilig op het openbaar vervoer



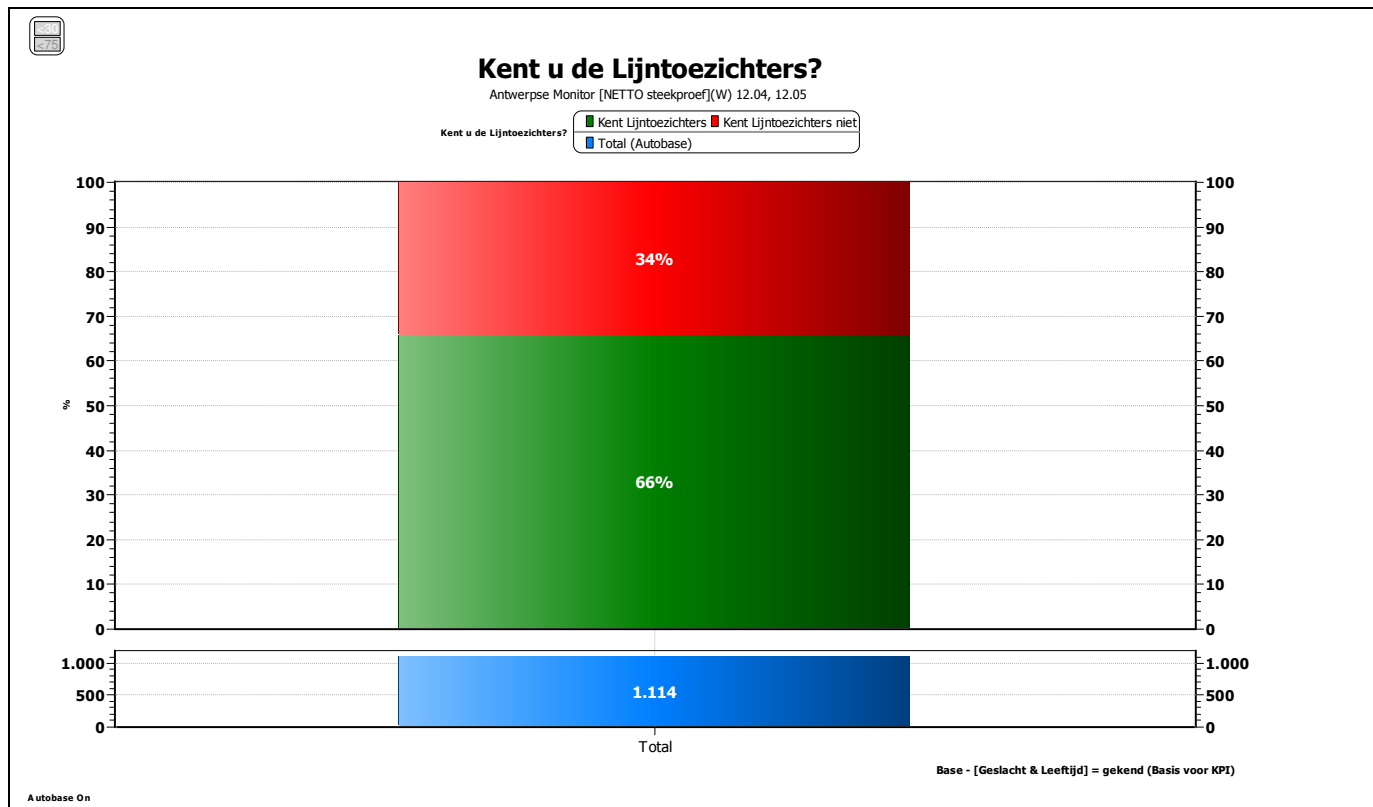
Van de respondenten die tram/bus nemen, voelt de helft zich soms of vaker onveilig op het openbaar vervoer in Antwerpen.

Grafiek 38: Voelt u zich onveilig op openbaar vervoer (enkel gebruikers)



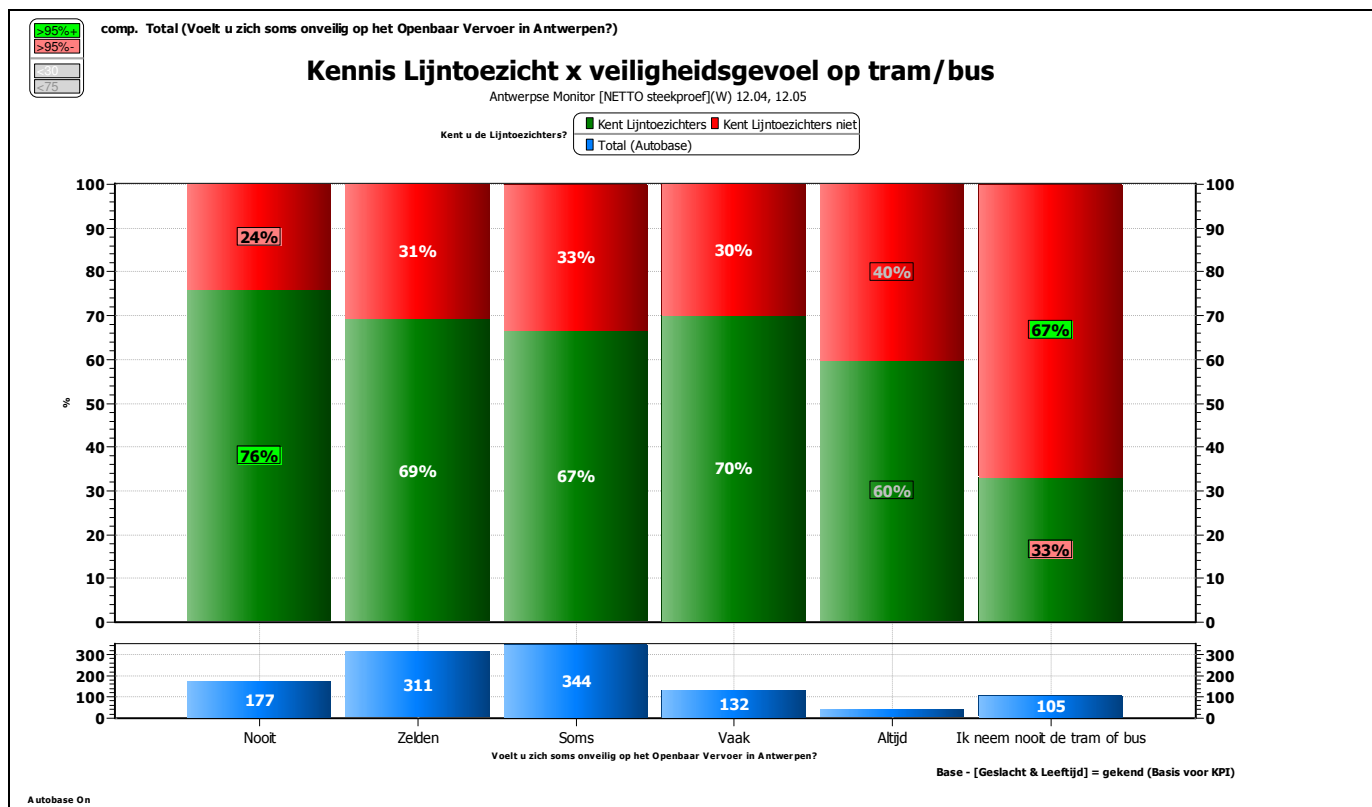
Verder blijkt dat 66% van de respondenten de Lijntoezichers kent.

Grafiek 39: Kent u de Lijntoezichers?



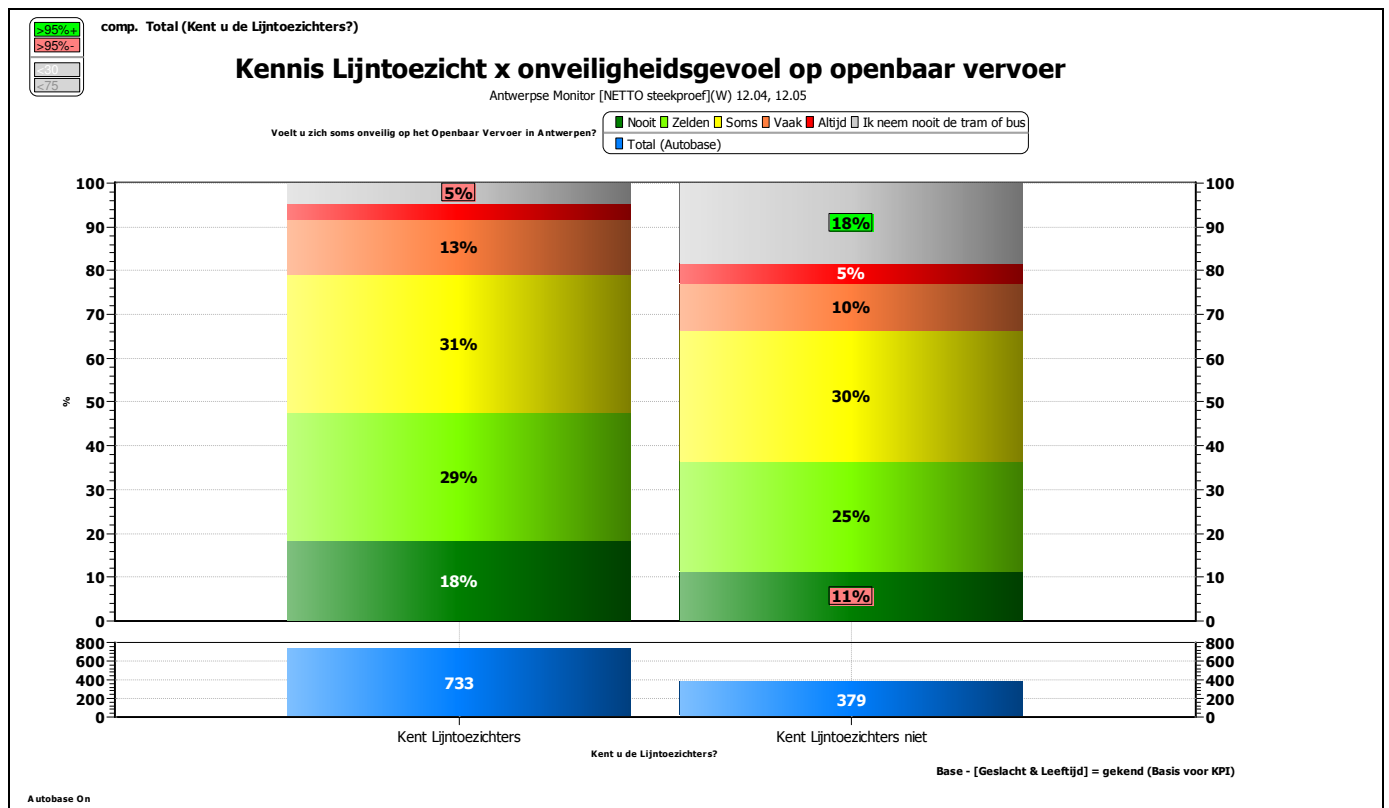
Significant meer mensen die nooit tram/bus nemen, kennen de Lijntoezichers niet (67% kent niet).

Grafiek 40: Kennis lijntoezicht naar veiligheidsgevoel op tram/bus



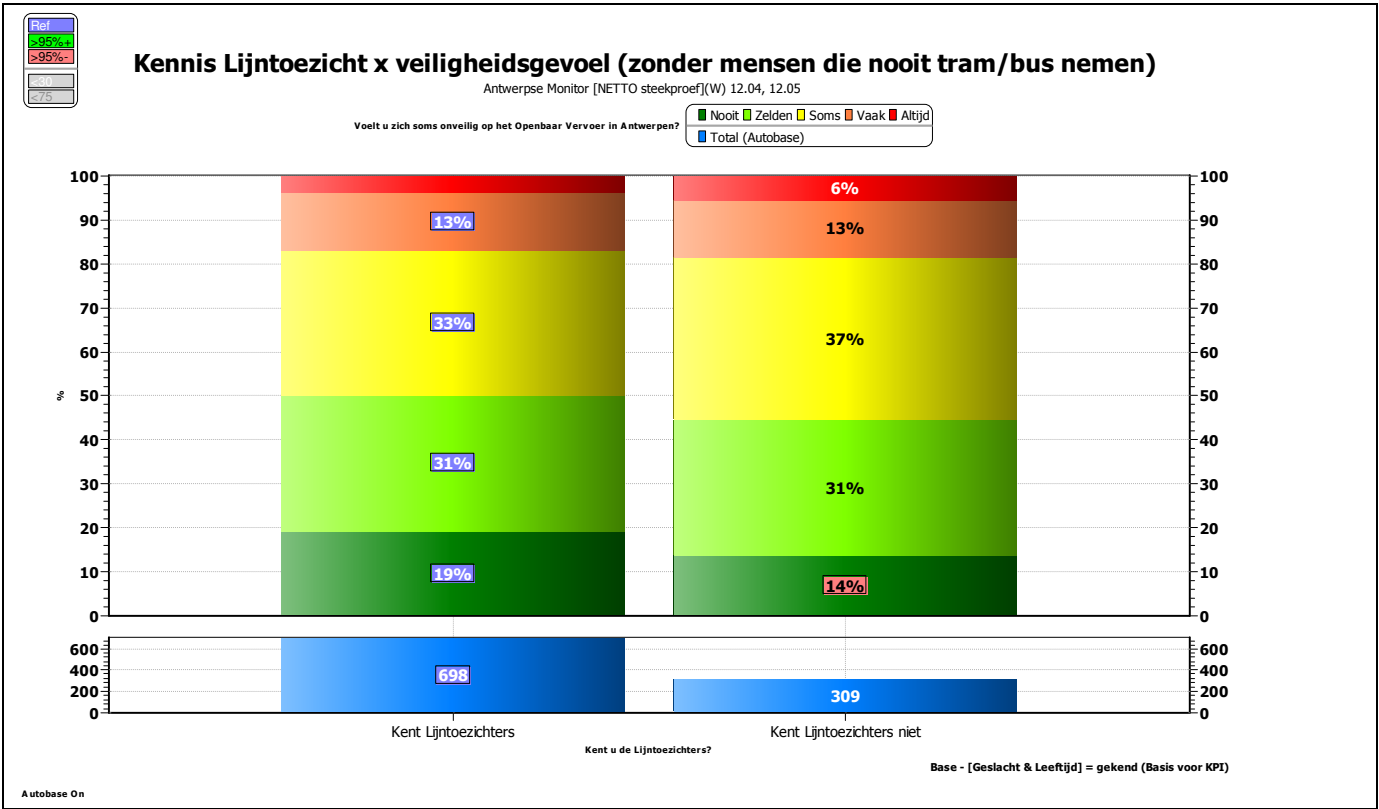
Mensen die Lijntoezicht niet kennen, zijn vaker mensen die nooit tram of bus nemen en minder vaak mensen die zich nooit onveilig voelen op openbaar vervoer

Grafiek 41: Kennis lijntoezicht naar onveiligheidsgevoel op openbaar vervoer



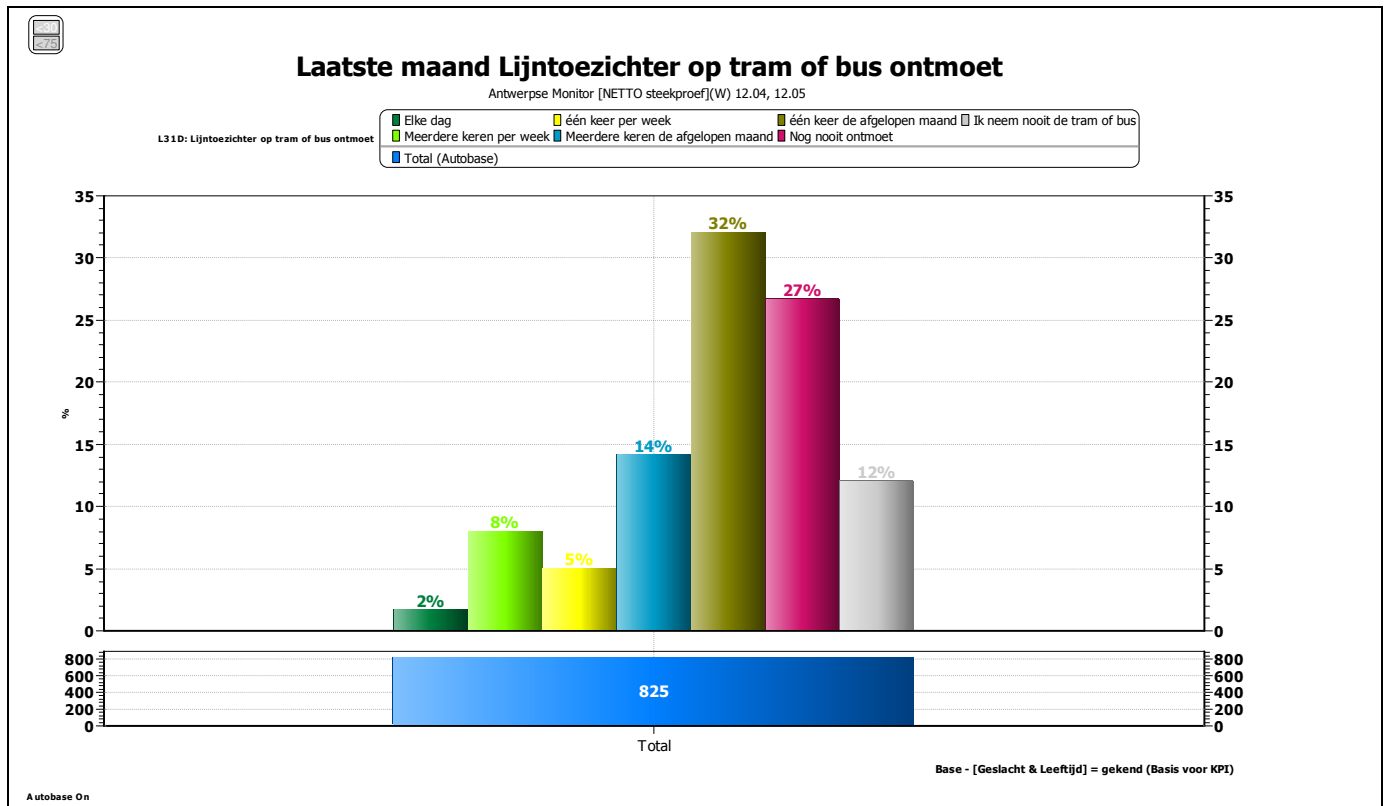
Significant minder mensen die niet Lijntoezicht kennen, voelen zich nooit onveilig op openbaar vervoer. Er is dus een verband tussen het kennen van Lijntoezicht en het zich nooit onveilig voelen. We kunnen echter niets zeggen over de richting van het verband.

Grafiek 42: Kennis lijntoezicht naar veiligheidsgevoel (bij mensen die nooit tram/bus nemen)



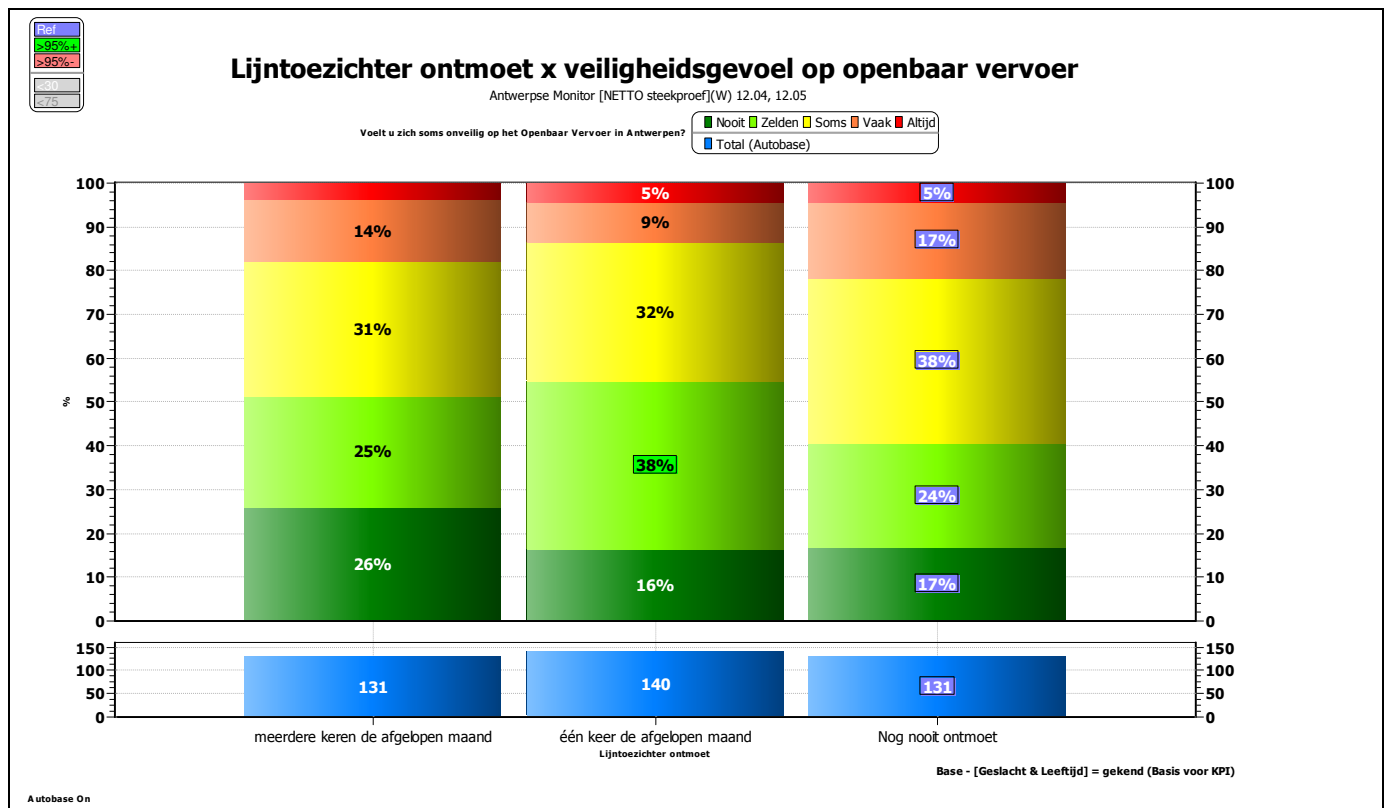
Ten slotte heeft 27% van de respondenten nog nooit een Lijntoezichter ontmoet, 32% wel één keer de laatste maand en 29% meerdere keren.

Grafiek 43: Laatste maand lijntoezichter op tram of bus ontmoet



Er is nog weinig verband tussen het al dan niet ontmoeten van een Lijntoezichter op tram/bus en het veiligheidsgevoel op openbaar vervoer.

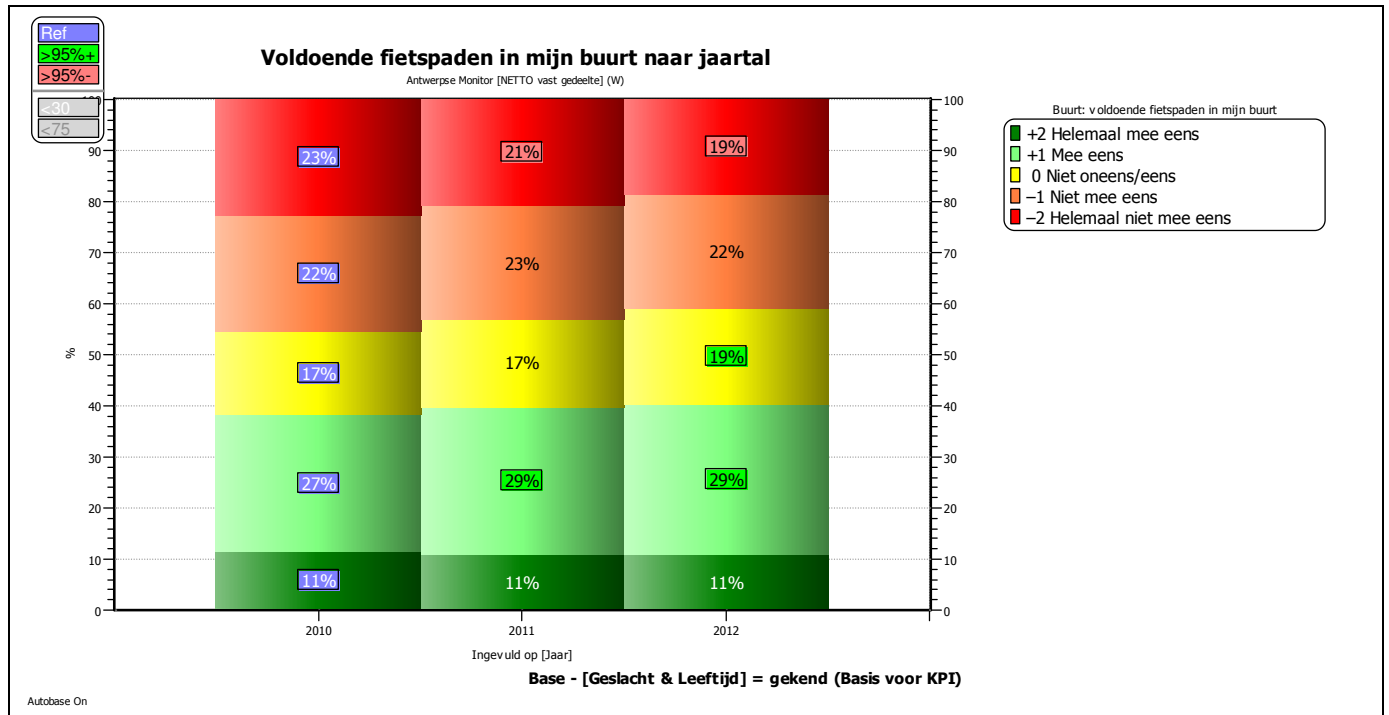
Grafiek 44: Lijntoezichter ontmoet naar veiligheidsgevoel op openbaar vervoer



2.3.2.2. Fietspaden en veiligheid

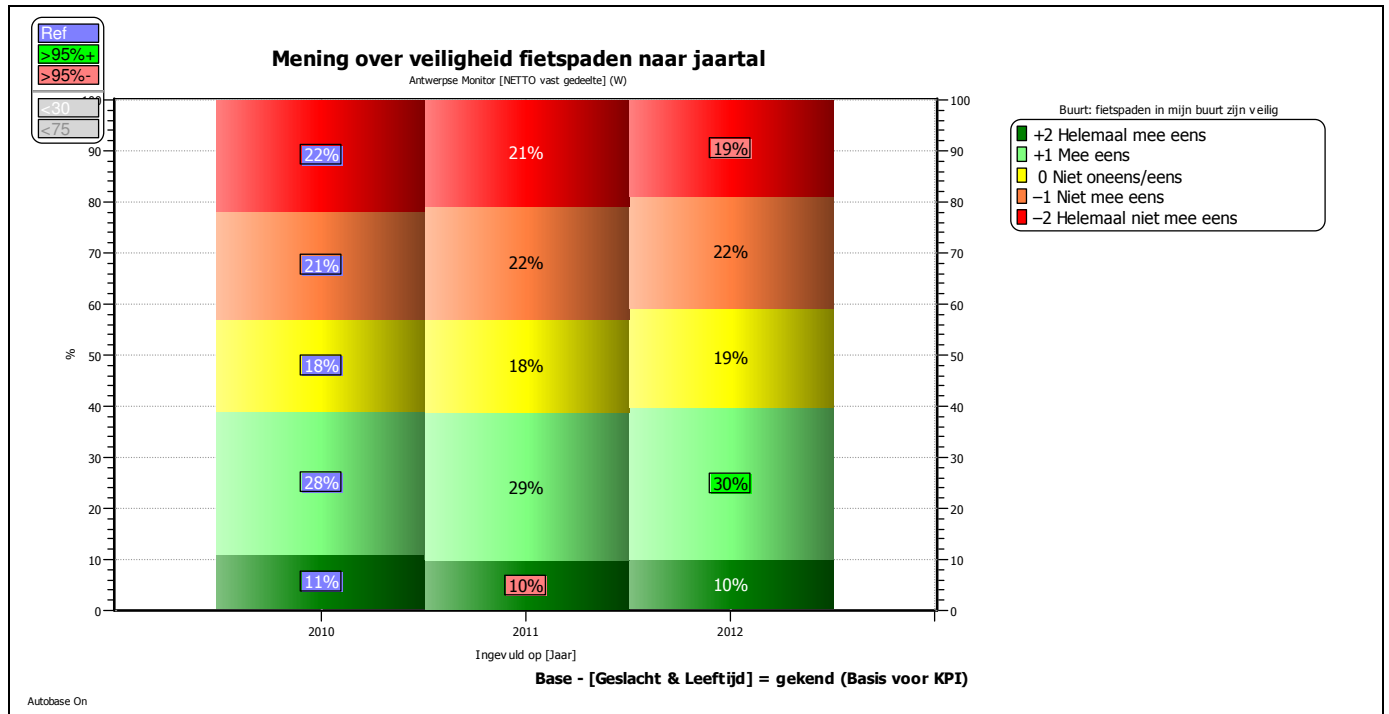
Over de fietspaden in de buurt zijn de respondenten veel minder positief. Slechts 40% van de mensen is het eens met de stelling dat er voldoende fietspaden in de buurt zijn. Het aandeel tevreden is wel vergeleken met 2010.

Grafiek 45 Mening over aanbod fietspaden in de buurt in 2010, 2011 en 2012



Wat de veiligheid van de fietspaden betreft, zien we dat er vergeleken met 2010 een lichte verbetering lijkt te komen: 40% vindt de fietspaden veilig en het aandeel heel ontevreden daalt van 22% in 2010 naar 19% in 2012. Maar er is toch nog steeds 40% die de fietspaden onveilig vindt.

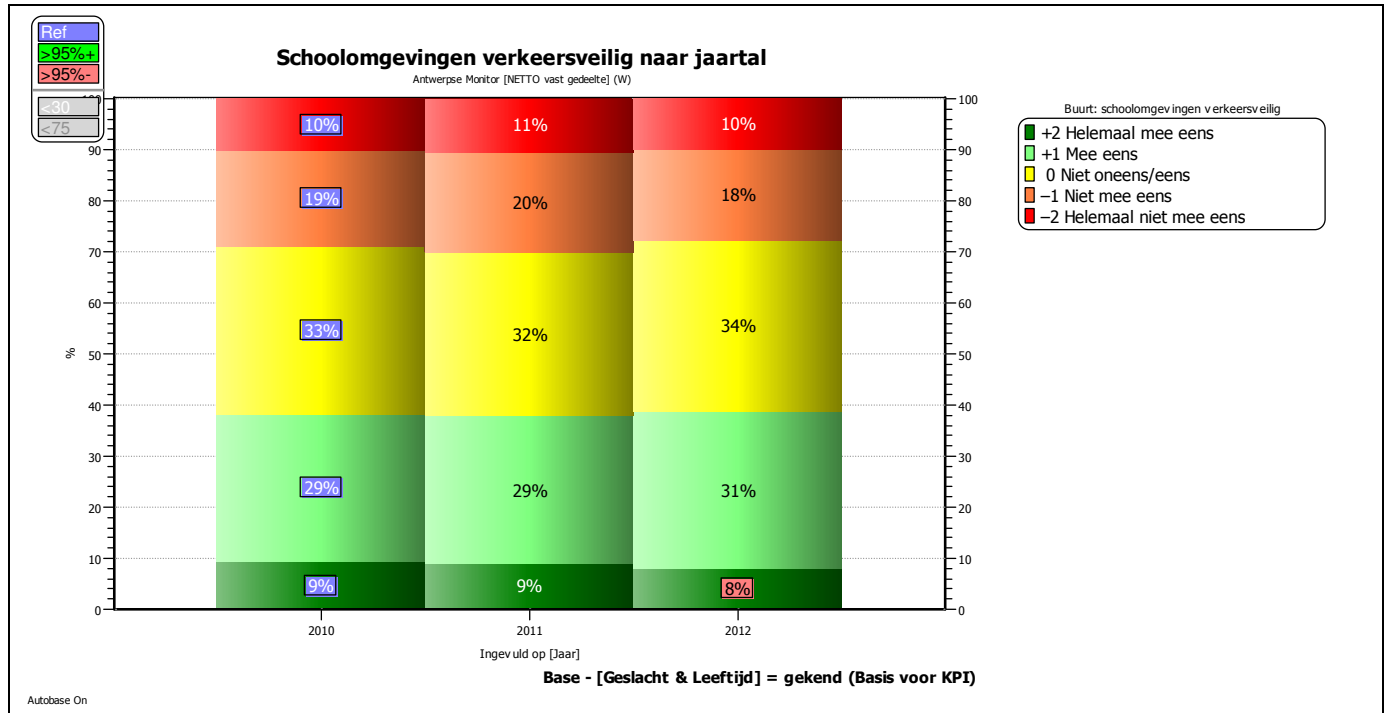
Grafiek 46 Mening over veiligheid fietspaden in de buurt in 2010, 2011 en 2012



2.3.2.3. Veilige schoolomgevingen

Bijna één op drie respondenten vindt de schoolomgevingen in de buurt niet verkeersveilig. De mening van respondenten is vergeleken met vorige jaren weinig veranderd.

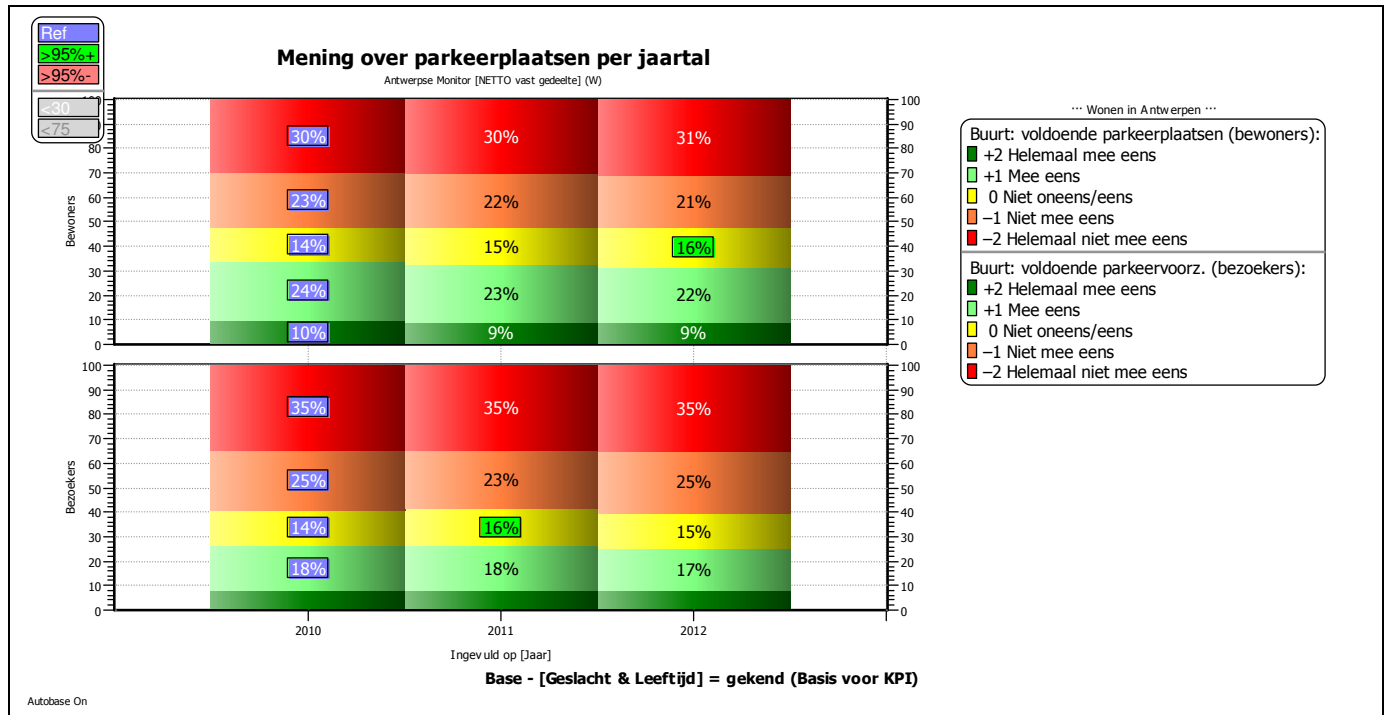
Grafiek 47 Mening over verkeersveiligheid schoolomgeving, 2010, 2011 en 2012



2.3.2.4. Parkeerplaats

Meer dan de helft van de respondenten (52%) is het niet eens met de stelling dat er voldoende parkeerplaatsen voor bewoners zijn in hun buurt. Over de parkeervoorzieningen voor bezoekers loopt dit aandeel op tot bijna 60%. We zien weinig verschil over de jaren heen.

Grafiek 48 Mening over parkeerplaatsen voor bewoners en bezoekers, 2010, 2011 en 2012



2.3.3 Houding ten opzichte van/mening effect over Antwerpen Autovrij

In golf 7 van 2012 werd een aantal vragen over Antwerpen Autovrij toegevoegd.

Kennis en deelname aan Antwerpen Autovrij werd eerst bevraagd in lijst met andere evenementen:

12. Hebt u de afgelopen 3 maanden deelgenomen aan de volgende activiteiten en evenementen?

Duid slechts één antwoord per lijn aan.

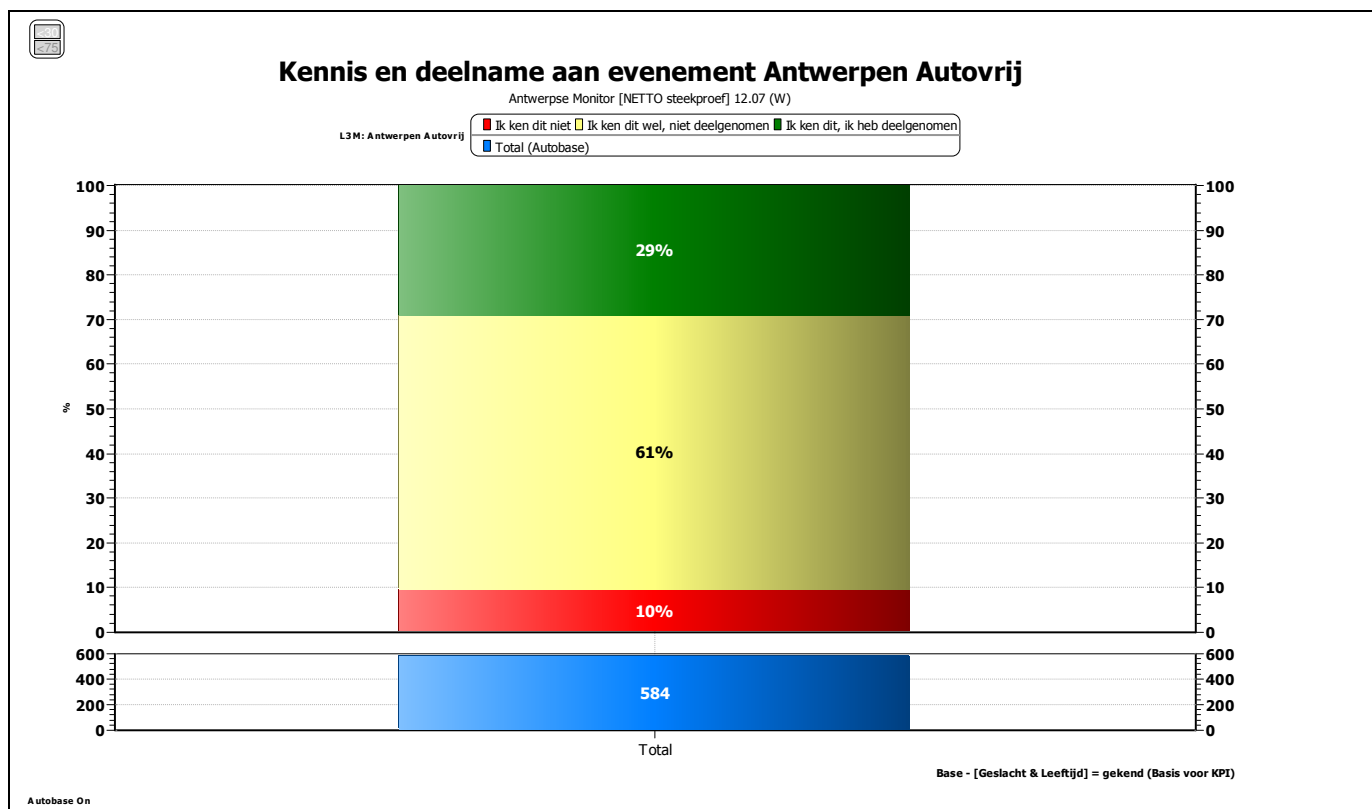
	Ik ken dit niet	Ik ken dit wel, maar ik heb niet deelgenomen	Ik ken dit en ik heb deel genomen
Zomer van Antwerpen	☐	☐	☐
Antwerpen Danst	☐	☐	☐
Linkerwoofers op 10 en 11 augustus	☐	☐	☐
Rubensmarkt op 15 augustus	☐	☐	☐
Bollekesfeest van 16 tot 20 augustus	☐	☐	☐
Cultuurmarkt op 26 augustus	☐	☐	☐
Schaal Sels op 26 augustus	☐	☐	☐
World Port Classics op 31 augustus en 1 september	☐	☐	☐
Bevrijdingsfeesten in de stad en de districten, in september	☐	☐	☐
Antwerp Street Kicks op 9 september, Park Spoor Noord	☐	☐	☐
Antwerpen Autovrij op 16 september	☐	☐	☐

Daarna kwamen een aantal specifieke vragen:

- Hoe staat u tegenover het initiatief ‘Antwerpen Autovrij’ waarbij een deel van de binnenstad autovrij wordt gemaakt? (antwoordcategorieën: ik ken Antwerpen Autovrij niet, heel negatief tot heel positief)
- Vindt u dat de stad het initiatief ‘Antwerpen Autovrij’ vaker moet organiseren?
 - Neen, dit initiatief mag zelfs verdwijnen
 - Neen, dit initiatief (één autovrije zondag per jaar) mag behouden blijven
 - Ja, ik zou een autovrij weekend wel zien zitten
 - Ja, ik zou meerdere autovrije zondagen per jaar wel zien zitten
 - Ja, ik zou meerdere autovrije weekends per jaar wel zien zitten
 - Ja, ik zou een autovrije week wel zien zitten
- Vindt u dat de stad het initiatief ‘Antwerpen Autovrij’ moet uitbreiden naar andere delen van de stad, zoals de districten? (Ja/nee)

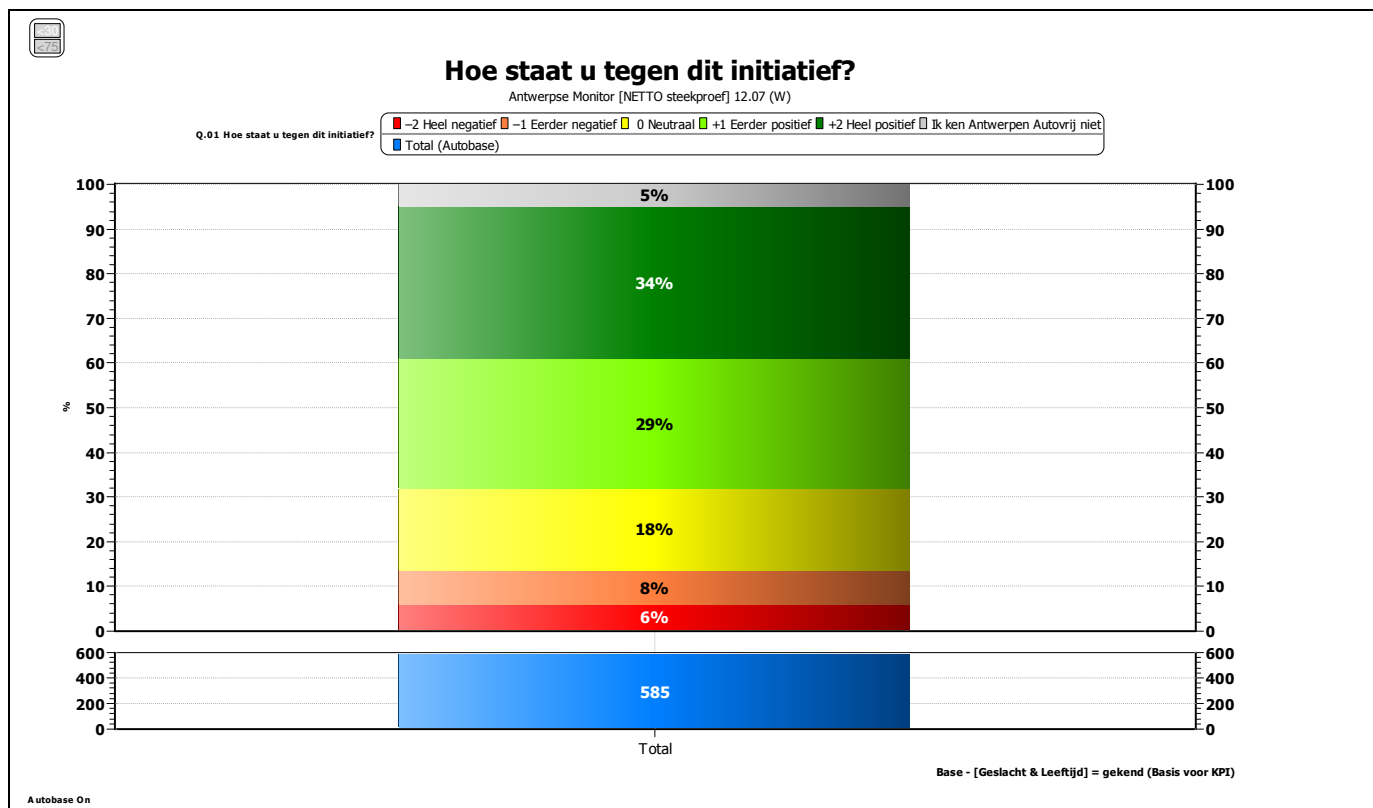
Uit de volgende grafiek blijkt dat 29% van de respondenten naar Antwerpen Autovrij is geweest en dat 10% het evenement niet kent.

Grafiek 49: Kennis en deelname aan evenement Antwerpen Autovrij



63% van de respondenten staat positief ten opzichte van het initiatief.

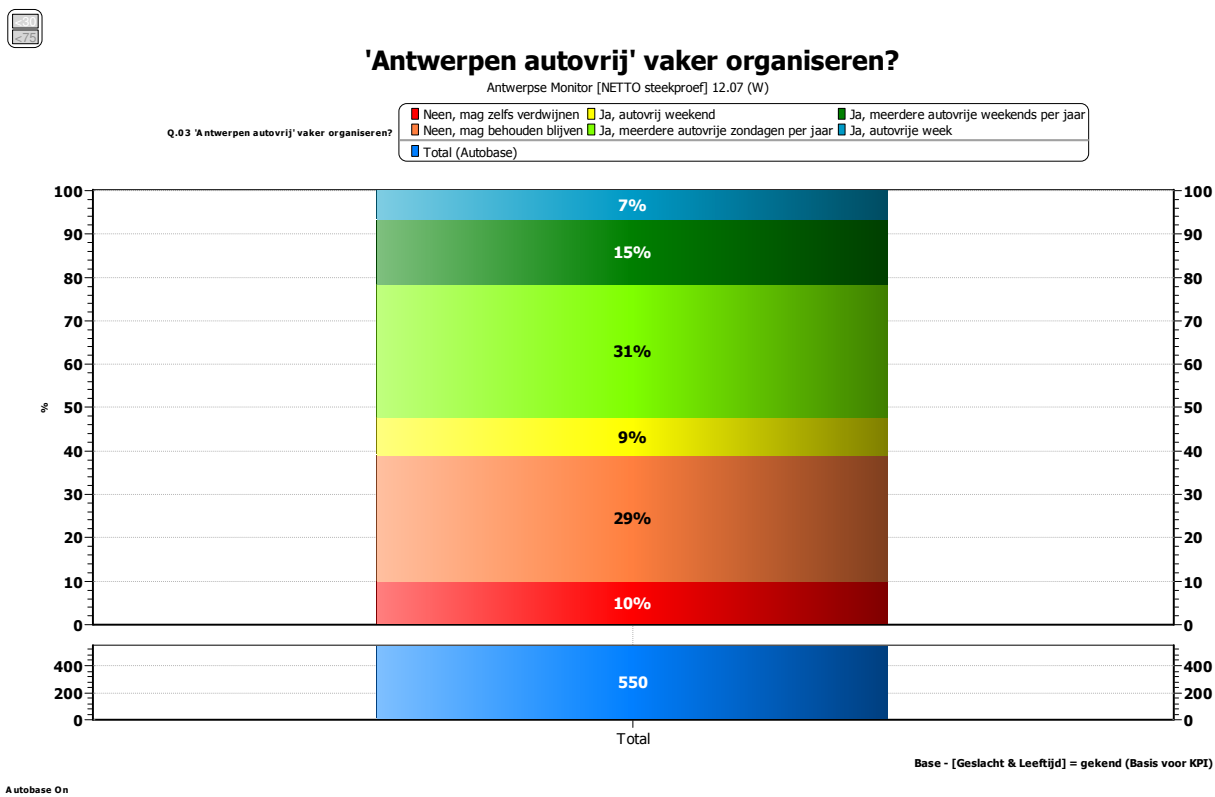
Grafiek 50: Houding ten opzichte van Antwerpen Autovrij



Opvallend is het verschil in het aantal mensen dat het initiatief niet kent: bij de vraag naar kennis en deelname is dat 10%, bij de vraag naar appreciatie is dat maar 5%. Waarschijnlijk komt verschil in antwoord door de vraagstelling: in de specifieke vraag over Antwerpen autovrij wordt initiatief verduidelijkt met 'waarbij deel van de binnenstad autovrij wordt gemaakt'.

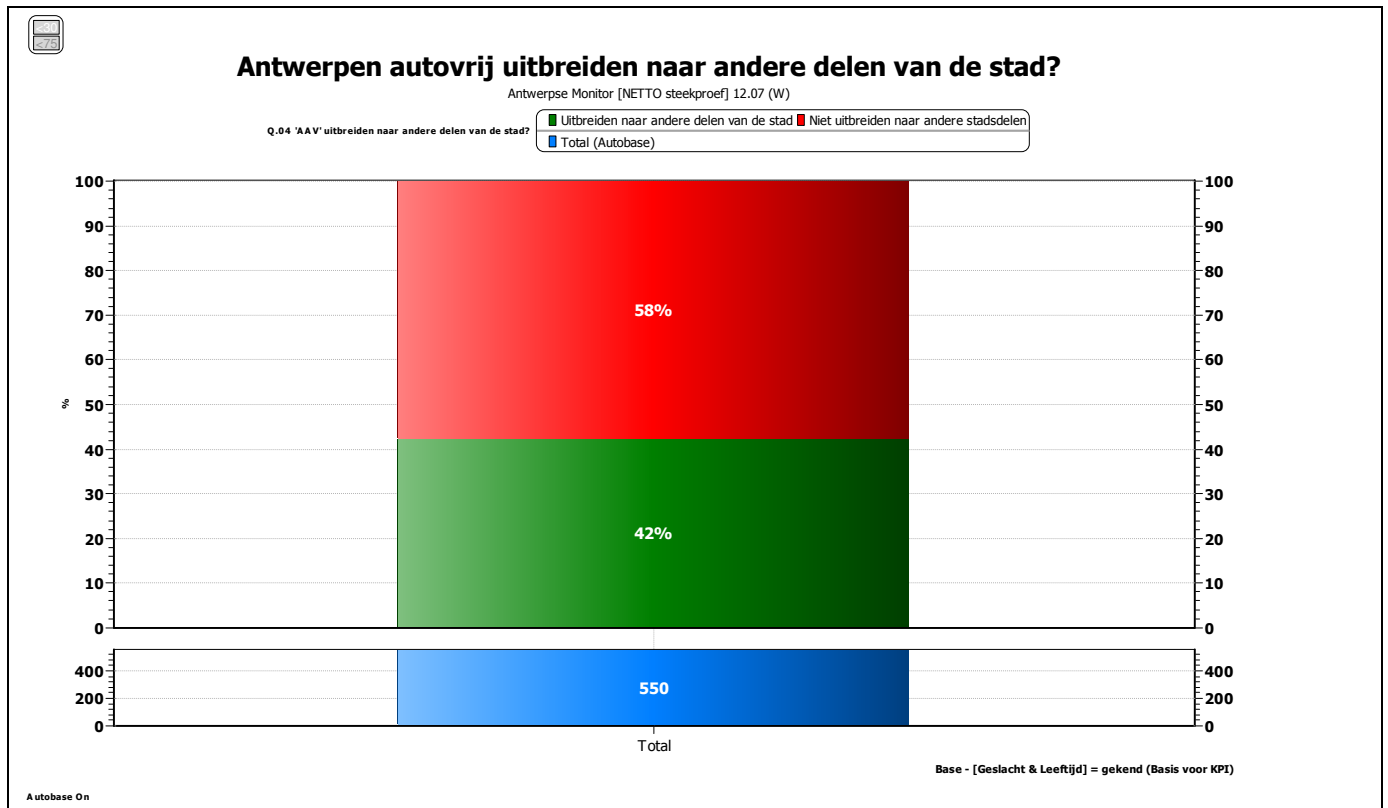
Voor 10% van de respondenten mag Antwerpen Autovrij verdwijnen, 30% vindt dat het moet behouden blijven zoals nu en 60% is voor een uitbreiding in frequentie te vinden.

Grafiek 51: Antwerpen autovrij vaker organiseren?



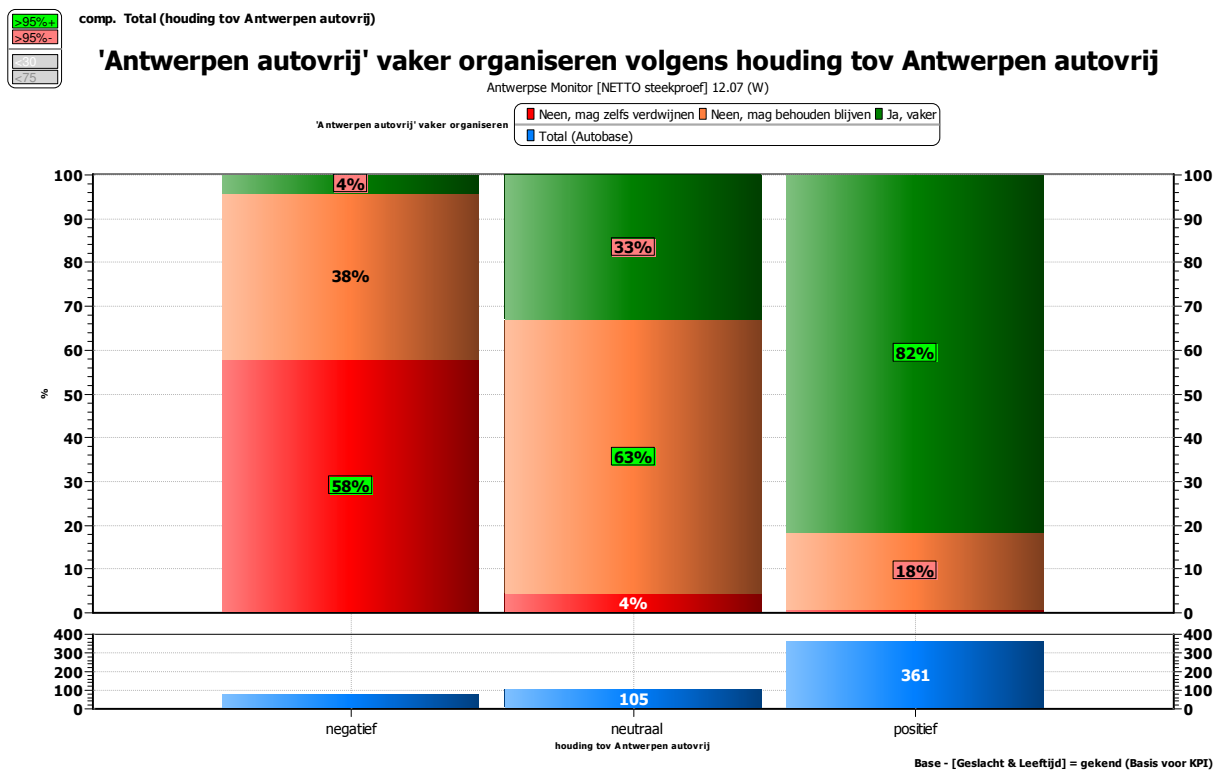
Bij de vraag of ‘Antwerpen Autovrij’ mag worden uitgebreid naar andere delen van de stad is 42% voor en 58% is tegen.

Grafiek 52: Antwerpen autovrij uitbreiden?



Er is nog een duidelijk verband tussen de houding ten opzichte van Antwerpen Autovrij en het al dan niet vaker organiseren van het evenement.

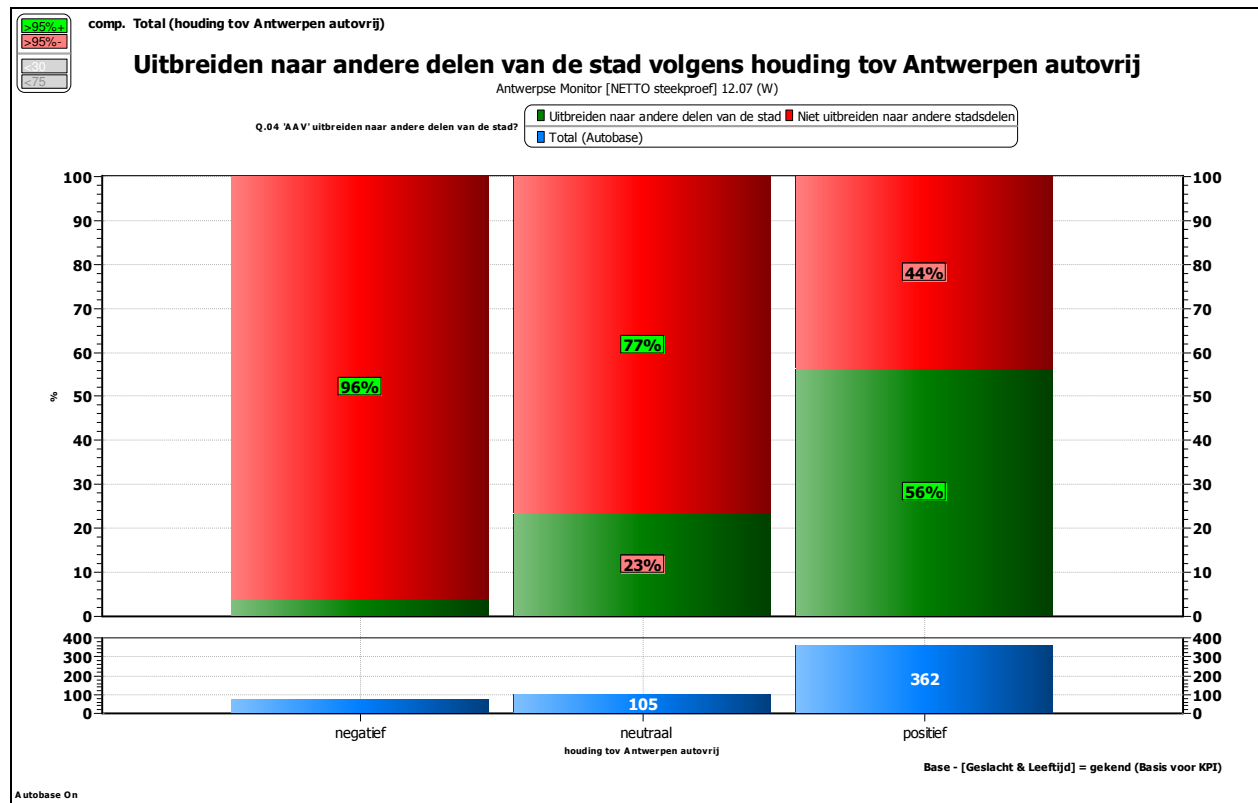
Grafiek 53: Antwerpen autovrij vaker organiseren volgens houding tov Antwerpen autovrij



Autobase On

Er is ook een positief verband tussen houding en uitbreiden naar andere stadsdelen. Maar ook 44% van de mensen die positief staan, wil het geografisch niet uitbreiden.

Grafiek 54: Uitbreiden naar andere delen van de stad volgens houding tov Antwerpen autovrij



Hoofdstuk 3: Een stad om in te werken en te leren

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- ACT07: De stad Antwerpen neemt de regie op van kinderopvang op haar grondgebied.
- ACT17: Elke Antwerpenaar heeft recht op kwaliteitsvolle en toegankelijke kinderopvang voor en na de schooluren en tijdens alle vakanties.
- ACT21: De stad optimaliseert de afstemming van de huidige en toekomstige vraag naar arbeidskrachten op de talenten van haar burgers.
- ACT23: Antwerpen versterkt de stedelijke economie.
- KOP08: Elke Antwerpenaar heeft recht op kwaliteitsvolle en toegankelijke kinderopvang.
- SO01: Maximale ontplooiingskansen voor iedere lerende binnen het Stedelijk Onderwijs Antwerpen.

Over de thema's werk, economie en onderwijs wordt er op regelmatige basis omgevingsinformatie en indicatoren gepubliceerd. Deze worden ook uitgebreid opgenomen op www.antwerpen.buurtmonitor.be. Hier geven we nog enkele indicatoren van de Antwerpse monitor weer, die de reeds bestaande indicatoren verder aanvullen: het aanbod aan winkels voor dagelijkse aankopen, de frequentie waarmee mensen een restaurant en café bezoeken en de verwachting van mensen over de toekomstige werkgelegenheid in Antwerpen. Daarnaast beschrijven we ook de mening over het aanbod kleuter- en lager onderwijs en kinderopvang.

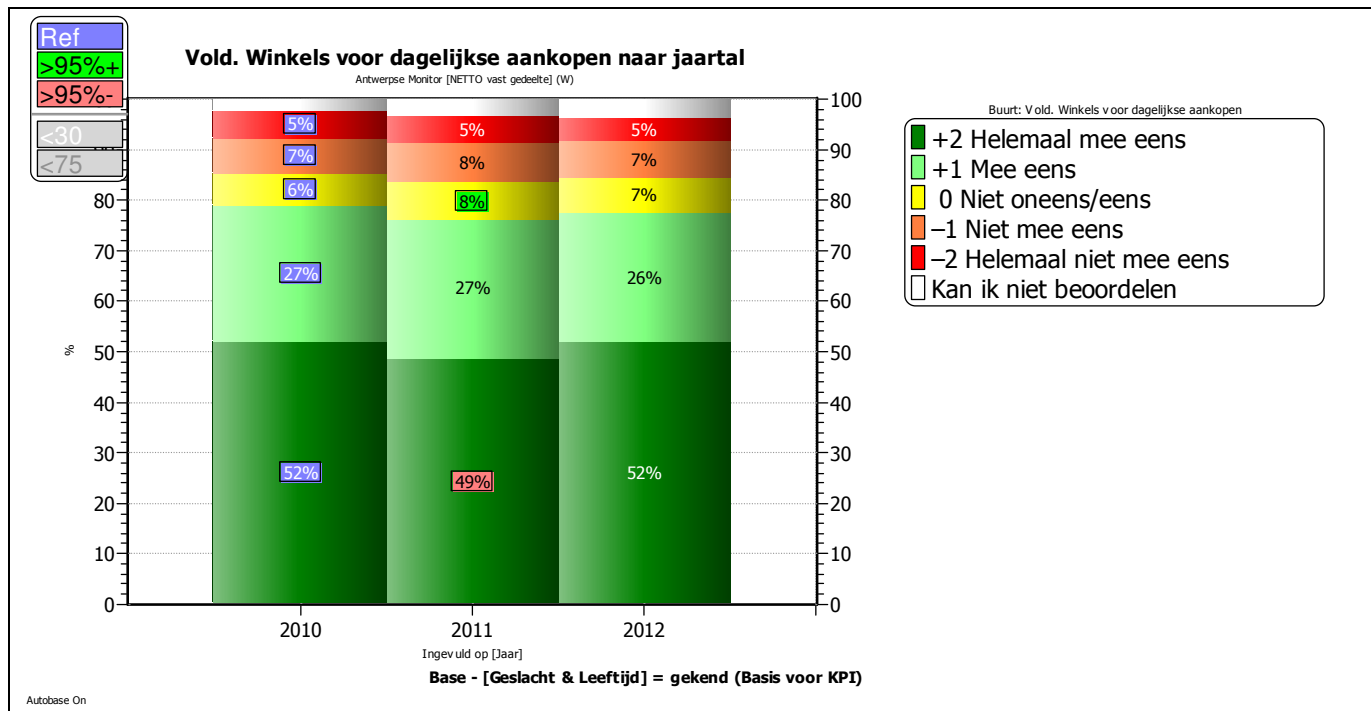
We vergelijken telkens de resultaten van de Antwerpse monitor 2010 met de resultaten van 2011 en 2012. Hierbij zijn de cijfers van het referentiejaar 2010 telkens in een blauw kader aangeduid.

3.1 Werk, economie, detailhandel en horeca

3.1.1 Winkelaanbod in de buurt

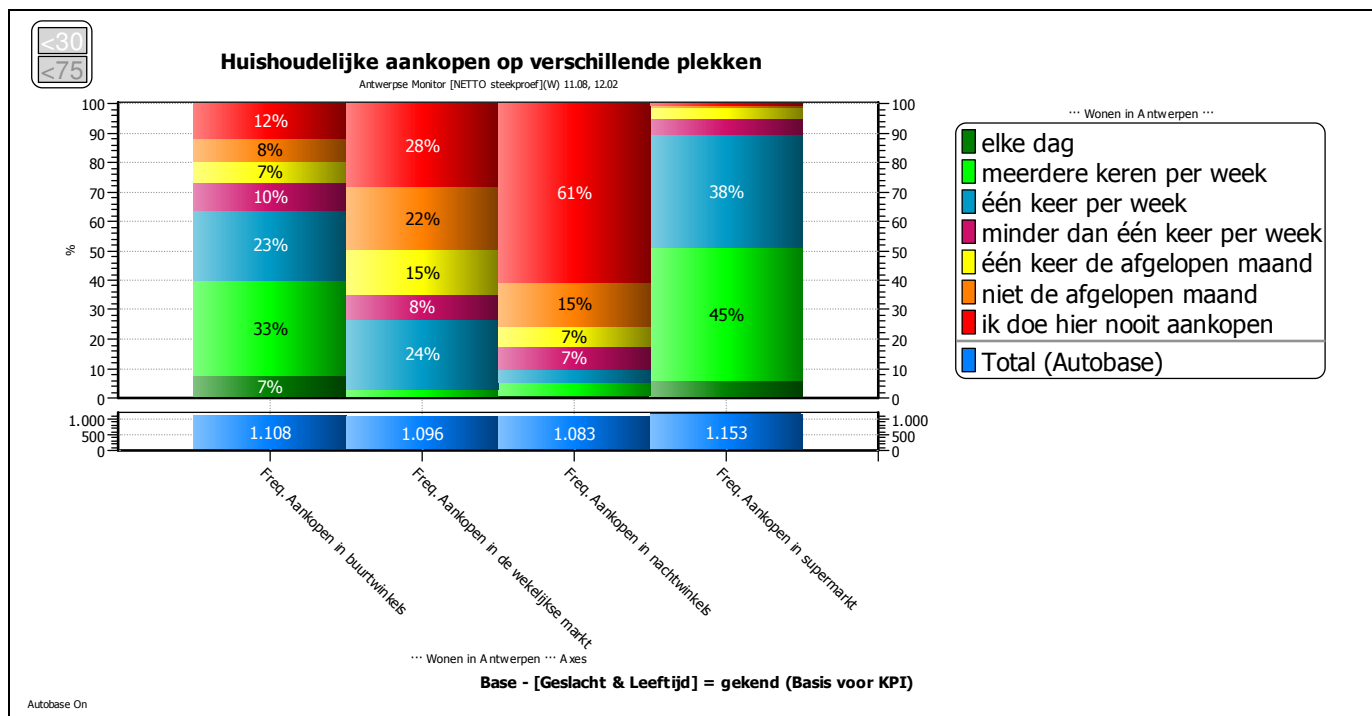
Ongeveer 80% van de respondenten vindt dat er voldoende winkels zijn voor dagelijkse aankopen in de buurt. In 2011 zijn er iets minder respondenten dan in 2010 die het hiermee helemaal eens waren, maar in 2012 is het aantal terug op het niveau van 2010. Slechts één op acht is niet tevreden over het aanbod.

Grafiek 55 Mening over het aanbod winkels voor dagelijkse aankopen in de buurt, 2010, 2011 en 2012

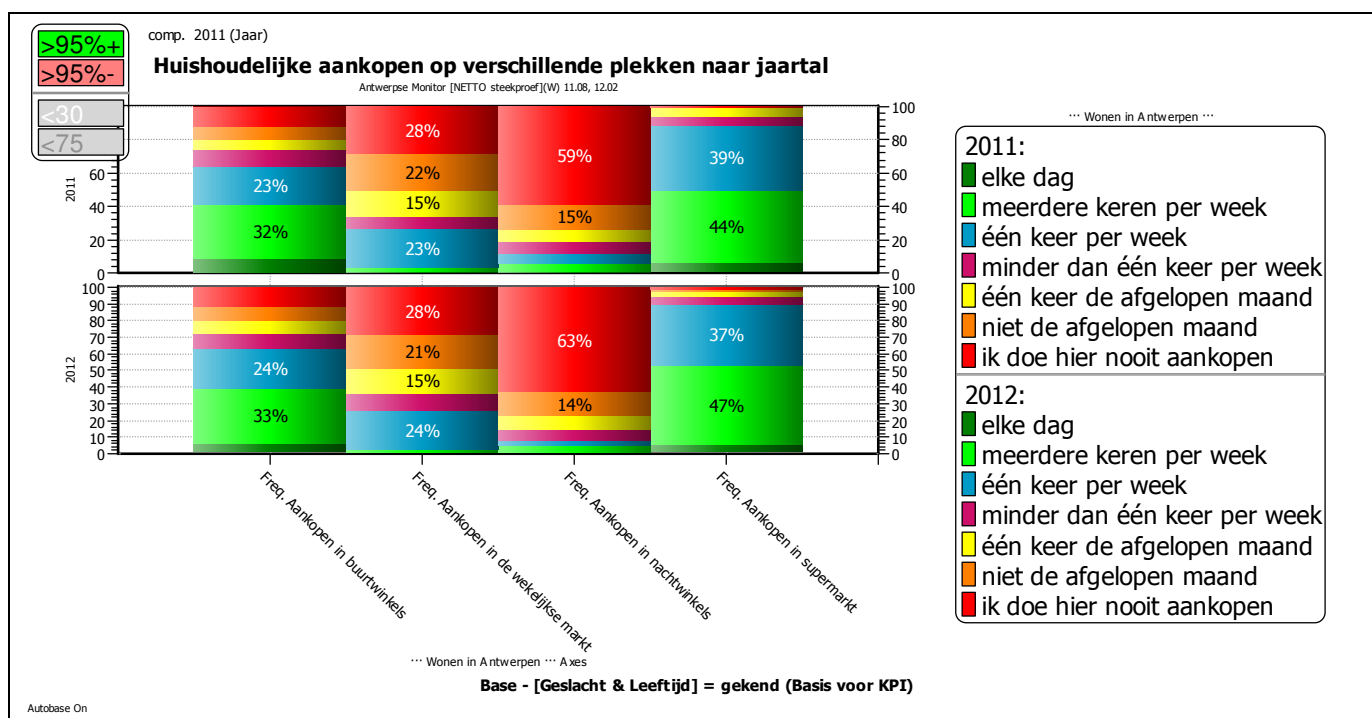


Om zicht te krijgen in welke mate Antwerpenaars hun huishoudelijke aankopen in buurtwinkels en op de lokale markt doen, werd in golf 8 van 2011 een vraag hierover opgenomen en opnieuw in golf 2 van 2012. Het meest komen mensen in supermarkten, het minst in nachtwinkels. Een 12% komt nooit in een buurtwinkel voor zijn huishoudelijke aankopen, 28% nooit op de lokale markt.

Grafiek 56: Huishoudelijke aankopen op verschillende plekken



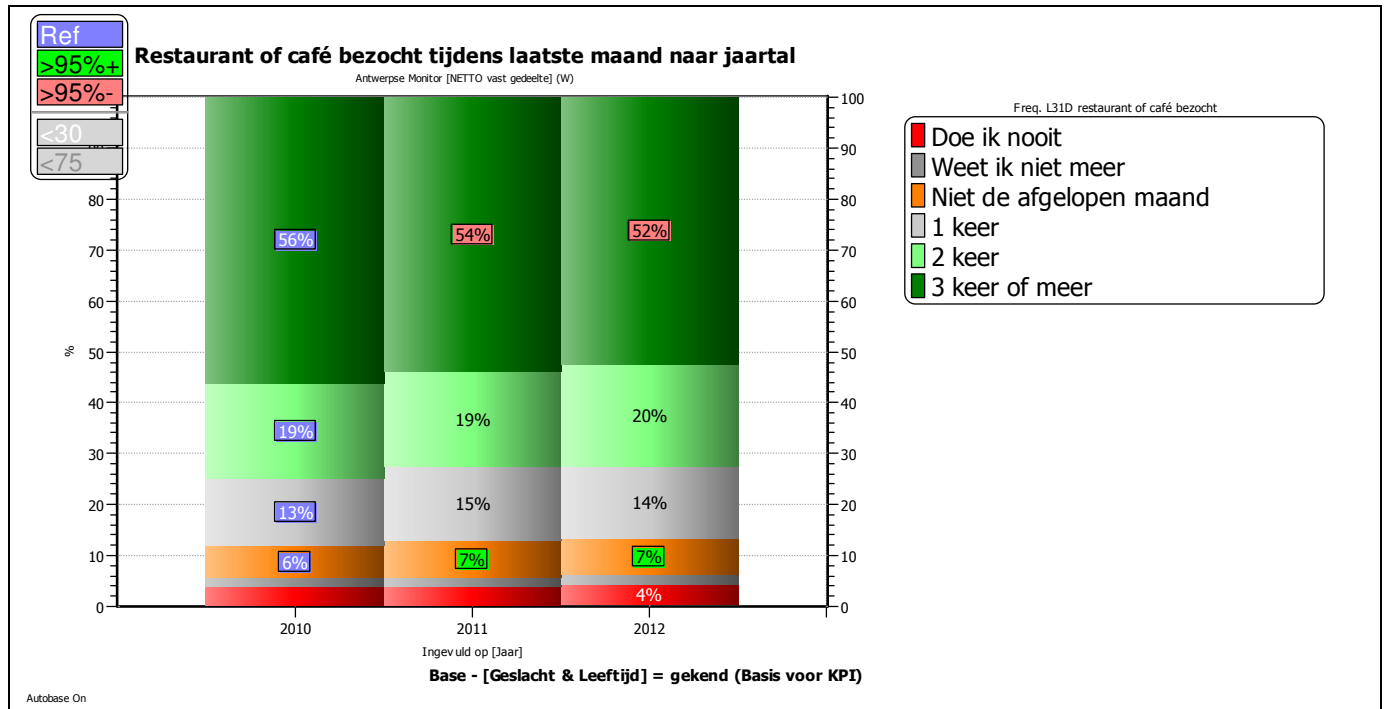
Grafiek 57: Huishoudelijke aankopen op verschillende plekken in 2011 en 2012



3.1.2 Horecabezoek

Zowel in 2010 als in 2011 bezocht bijna negen op tien respondenten minimum één maal een café of restaurant de afgelopen maand. We zien een lichte daling van het aandeel respondenten dat meer frequent op restaurant of café gaat (minimum 3 keer per week) in 2011 en in 2012.

Grafiek 58 Bezoek aan restaurant of café tijdens de afgelopen maand, 2010, 2011 en 2012

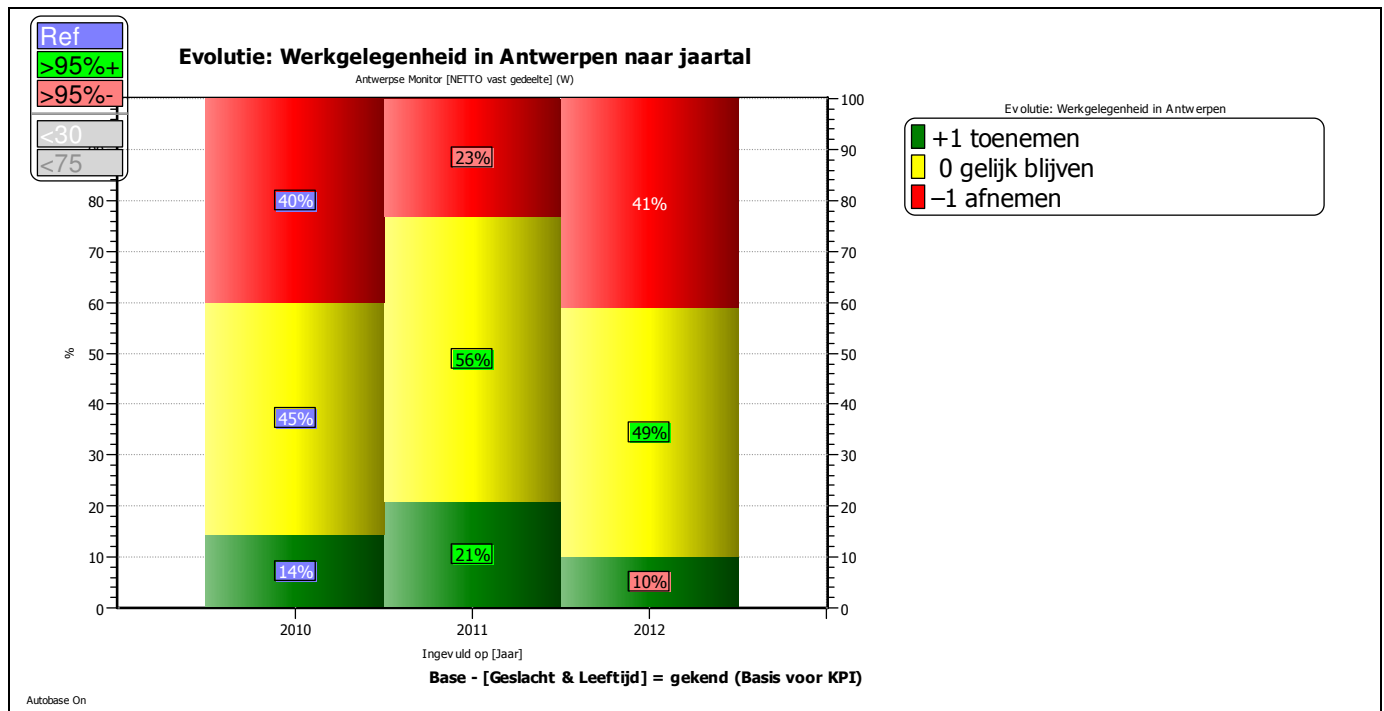


3.1.3 Toekomstverwachtingen over de werkgelegenheid

We stellen vast dat de respondenten in 2011 een stuk positiever naar de toekomst keken dan in 2010, maar dat die positieve kijk in 2012 terug verdwenen is. Het aandeel mensen dat denkt dat de werkgelegenheid zal stijgen is zelfs nog afgenomen ten opzichte van het niveau van 2010.

Waar er in 2011 nog meer dan één op vijf van de respondenten in 2011 een toename verwachtte van de werkgelegenheid, is dat aandeel nu gedaald tot één op tien.

Grafiek 59 Verwachting evolutie werkgelegenheid in stad Antwerpen, 2010, 2011 en 2012

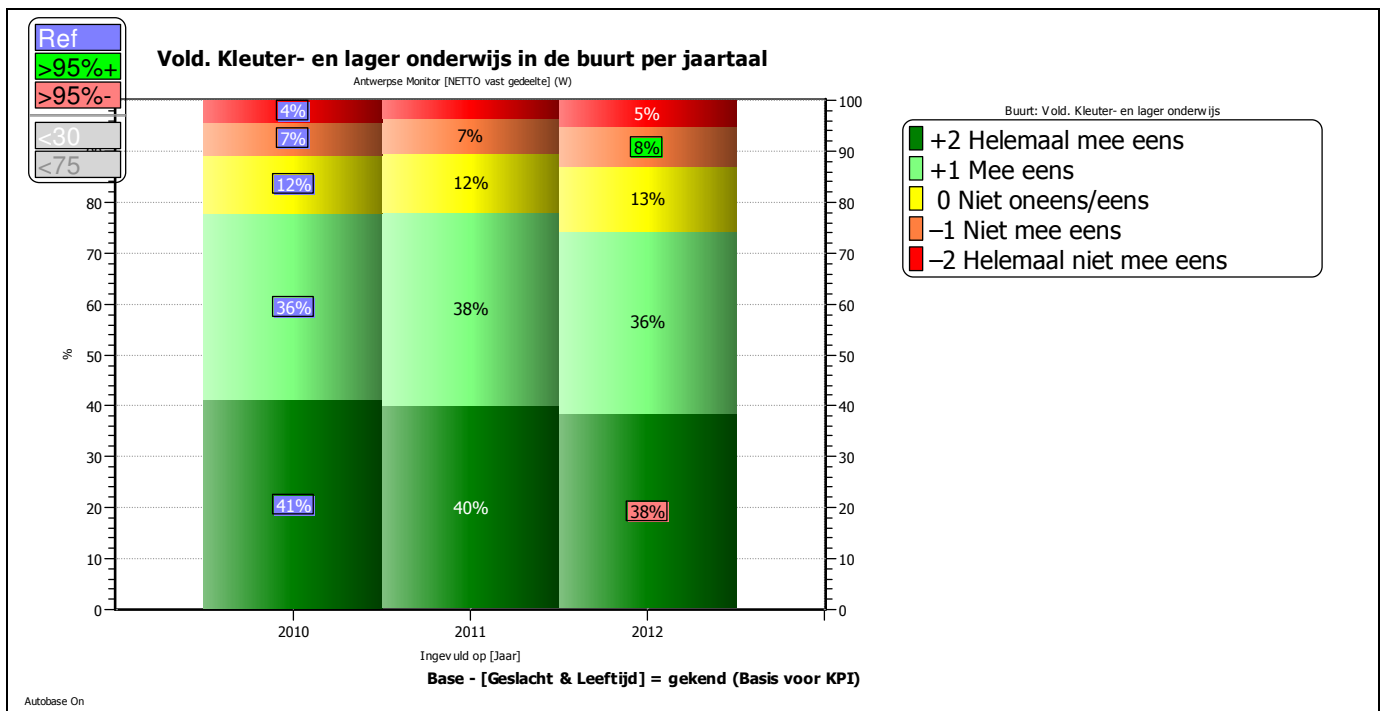


3.2 Onderwijs, jeugd en kinderopvang

3.2.1 Aanbod kleuter- en lager onderwijs

Zowel in 2010 als in 2011 is meer dan drie kwart van de respondenten tevreden over het aanbod. In 2012 zien we wel een lagere tevredenheid.

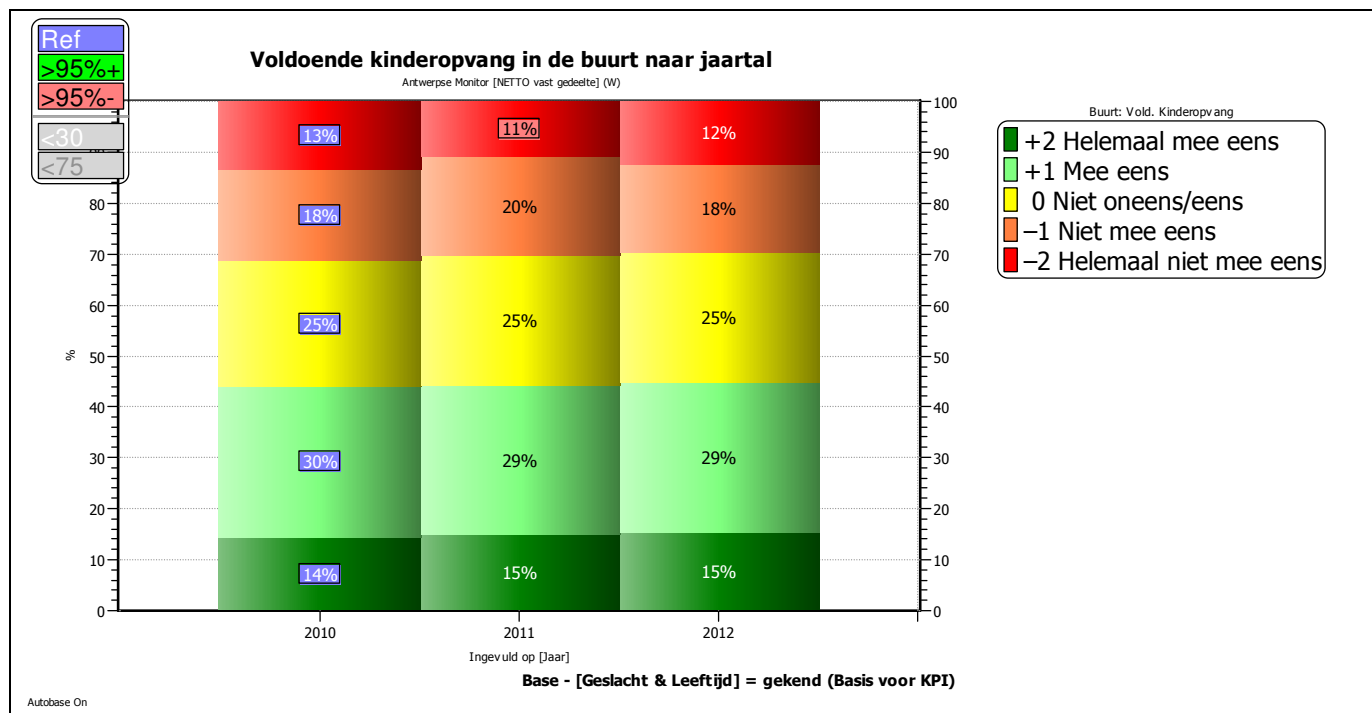
Grafiek 60 Mening over het aanbod kleuter- en lager onderwijs in de buurt, 2010, 2011 en 2012



3.2.2 Aanbod kinderopvang

Ongeveer 45% van de respondenten is tevreden over het aanbod kinderopvang. Het aandeel zeer ontevreden respondenten is in 2011 gedaald van 13% naar 11% en in 2012 op 11% behouden.

Grafiek 61 Mening over het aanbod kinderopvang in de buurt, 2010, 2011 en 2012



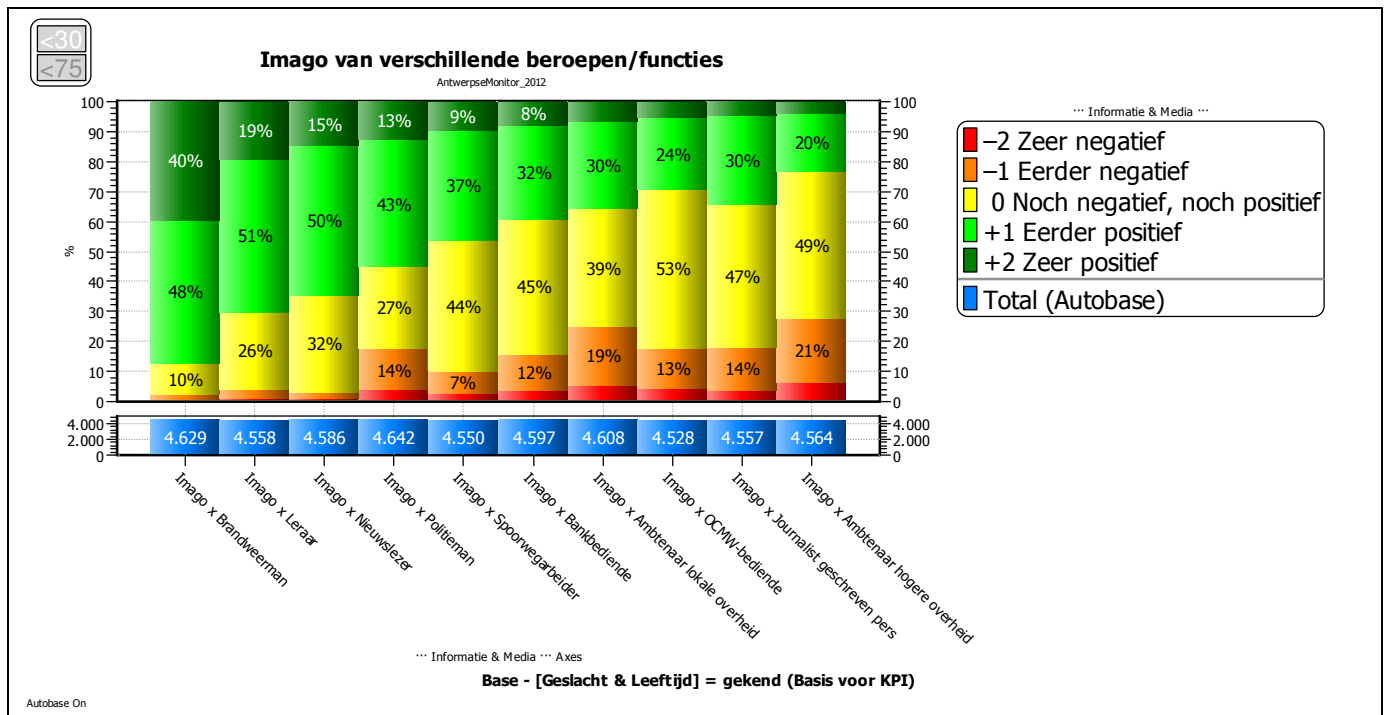
3.3 Werkgeversimago branding stad Antwerpen

Vanaf golf 5 van 2011 werden een aantal vragen in de Antwerpse monitor opgenomen om het werkgeversimago van de stad Antwerpen te meten. We gaan na hoe de Antwerpenaren staan ten opzichte van ambtenaren en andere functies, hoe ze de stad Antwerpen als werkgever percipiëren en in welke mate zij het zouden overwegen om bij de stad Antwerpen en andere werkgevers te gaan werken.

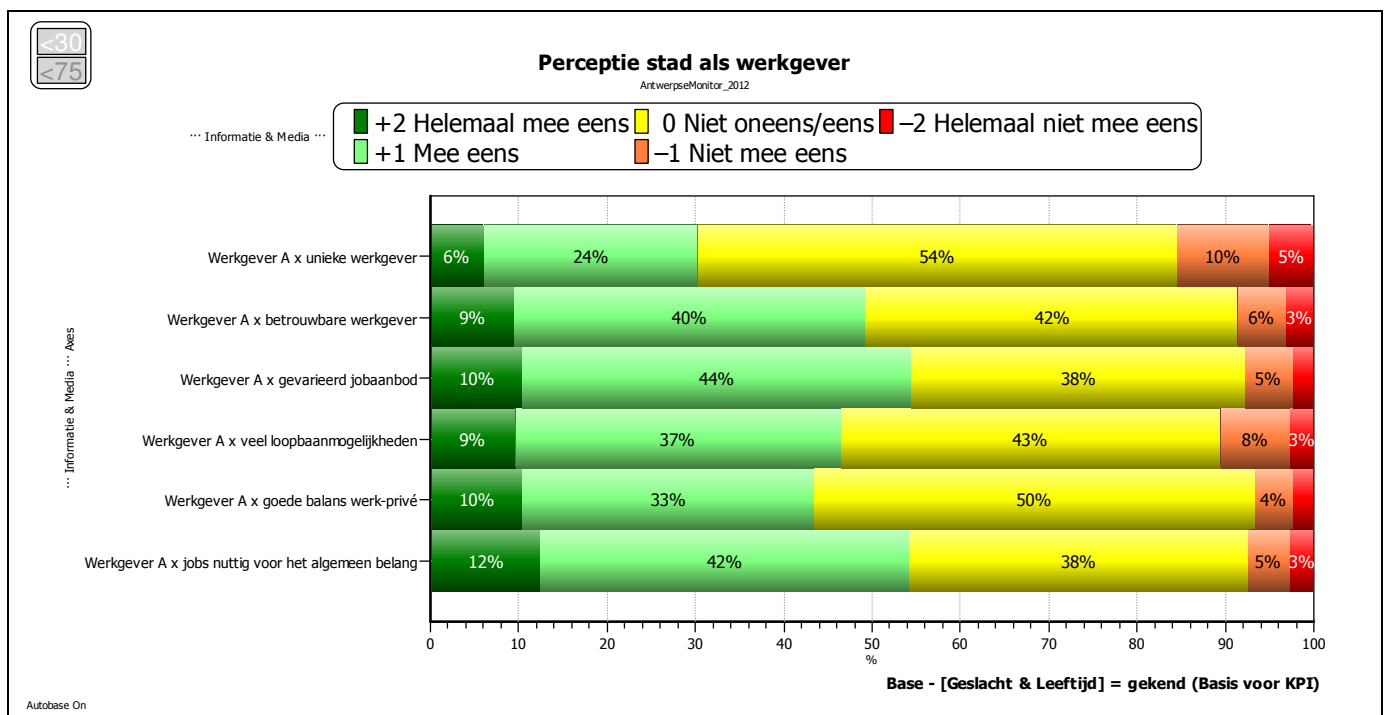
Opvallend is de hoge score voor de brandweer: bijna 90% van de respondenten heeft een positief beeld over dit beroep. Op de tweede plaats staat het lerarenberoep, gevolgd door de nieuwslezer. Over ambtenaren van de lokale overheid hebben meer respondenten een positiever beeld dan over OCMW-bedienden, journalisten van de geschreven pers en ambtenaren van een hogere overheid (dit beroep haalt de slechtste scores). Daartegenover staat dat ambtenaren op beide niveaus een ongeveer even groot aandeel respondenten hebben met een negatief beeld over dit beroep.

De stad Antwerpen wordt in de eerste plaats gepercipieerd als een organisatie met jobs die nuttig zijn voor het algemeen belang en met een gevarieerd jobaanbod. De eigenschap 'unieke werkgever' wordt het minst met de stad Antwerpen geassocieerd.

Grafiek 62: imago verschillende beroepen



Grafiek 63: perceptie stad Antwerpen als werkgever (n=2220)

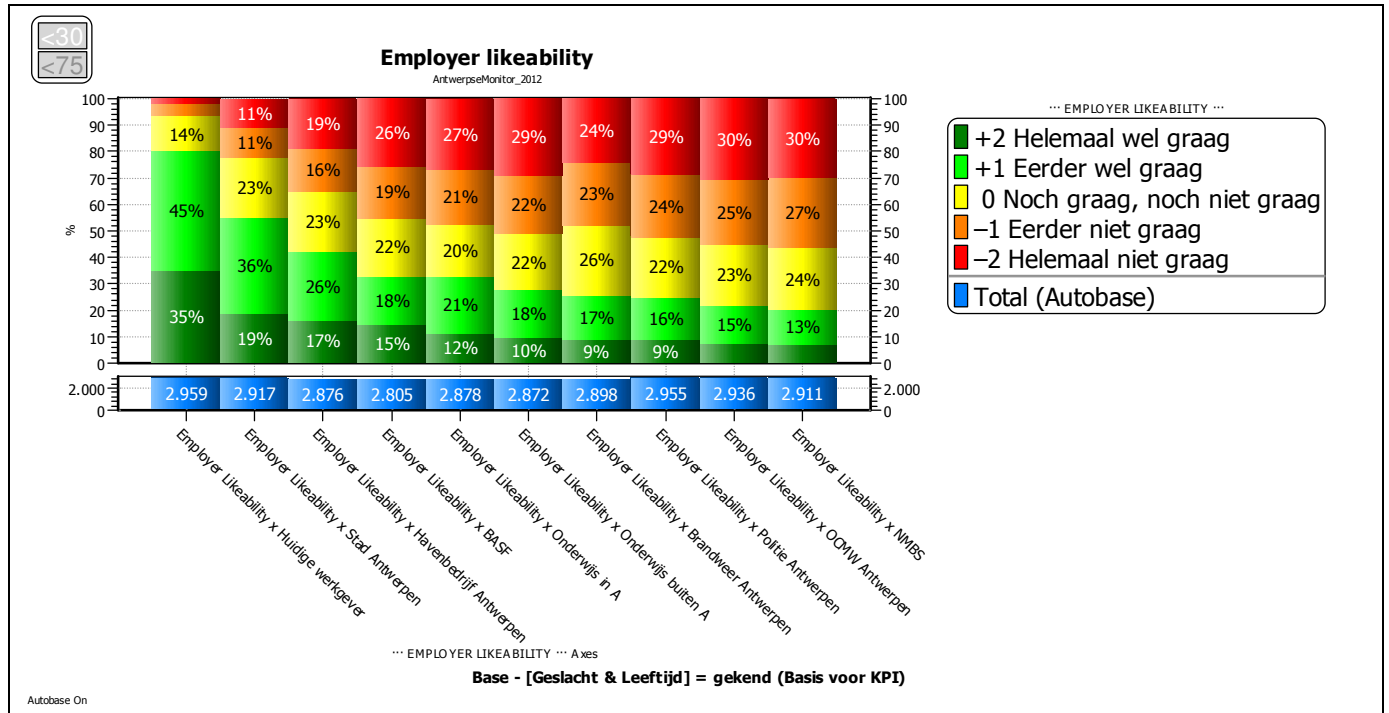


Aan de mensen die werken, werd gevraagd hoe graag ze bij hun huidige werkgever werken: 87% werkt er graag.

Aan respondenten die werken of studeren, werd de vraag gesteld hoe graag ze zouden willen werken voor een aantal organisaties. In de grafiek werden enkel de mensen met mening en die niet in de betreffende organisatie werken, opgenomen.

Opvallend is dat de stad Antwerpen, na 'huidige werkgever', op kop staat. Hoewel de functie van brandweer het meest positieve imago had, is het blijkbaar een minder aantrekkelijke potentiële werkgever.

Grafiek 64: Werkgeversimago (zonder 'daar werk ik al' en 'kan ik niet beoordelen')



Hoofdstuk 4: Een bruisende stad

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- CS01: *In Antwerpen plaatsen we de sportinfrastructuur op de Europese kaart.*
- CS02: *Antwerpen houdt van sport en iedereen wordt aangezet om het zelf te doen.*
- CS03: *Cultuur in Antwerpen is – een recht – van iedereen: iedere Antwerpenaar heeft toegang tot actuele kennis-, informatie-, ontmoetings-, en culturele voorzieningen met bijzondere aandacht voor dienstverlening op maat.*
- CS04: *Cultuur in Antwerpen is – een recht – van iedereen: er is een nog betere toegankelijkheid, communicatie en spreiding van culturele activiteiten over de hele stad.*
- CS06: *Toegankelijk maken van cultureel erfgoed, musea en monumenten voor een groot en divers publiek – bewoners en bezoekers.*
- CS10: *Antwerpen, kinder- en jongerenmetropool. Kinderen, tieners en jongeren hebben voldoende ruimte in de stad.*
- CS11: *Antwerpen is een kinder- en jongerenmetropool. Meer kinderen, tieners en jongeren nemen deel aan vrijetijdsactiviteiten, afgestemd op hun noden en behoeften.*
- CS12: *Antwerpen is een kinder- en jongerenmetropool. Kinderen, tieners en jongeren hebben voldoende ruimte in de stad.*
- CS15: *Kinderen en jongeren in Antwerpen zijn meer bezig met cultuur en sport.*
- MC02: *Door zich te profileren als een sterk merk streeft de stad naar een maximale positieve beeldvorming over Antwerpen als de meest aantrekkelijke leefomgeving voor wie er woont, werkt of op bezoek komt.*

In dit hoofdstuk analyseren we de vrijetijdsbesteding van de respondenten. We hebben het over de participatie aan het buurtleven en appreciatie van een aantal voorzieningen voor vrijetijdsbesteding, zoals sportinfrastructuur en culturele voorzieningen. Ook besteden we aandacht aan het aanbod van voorzieningen voor kinderen en jongeren.

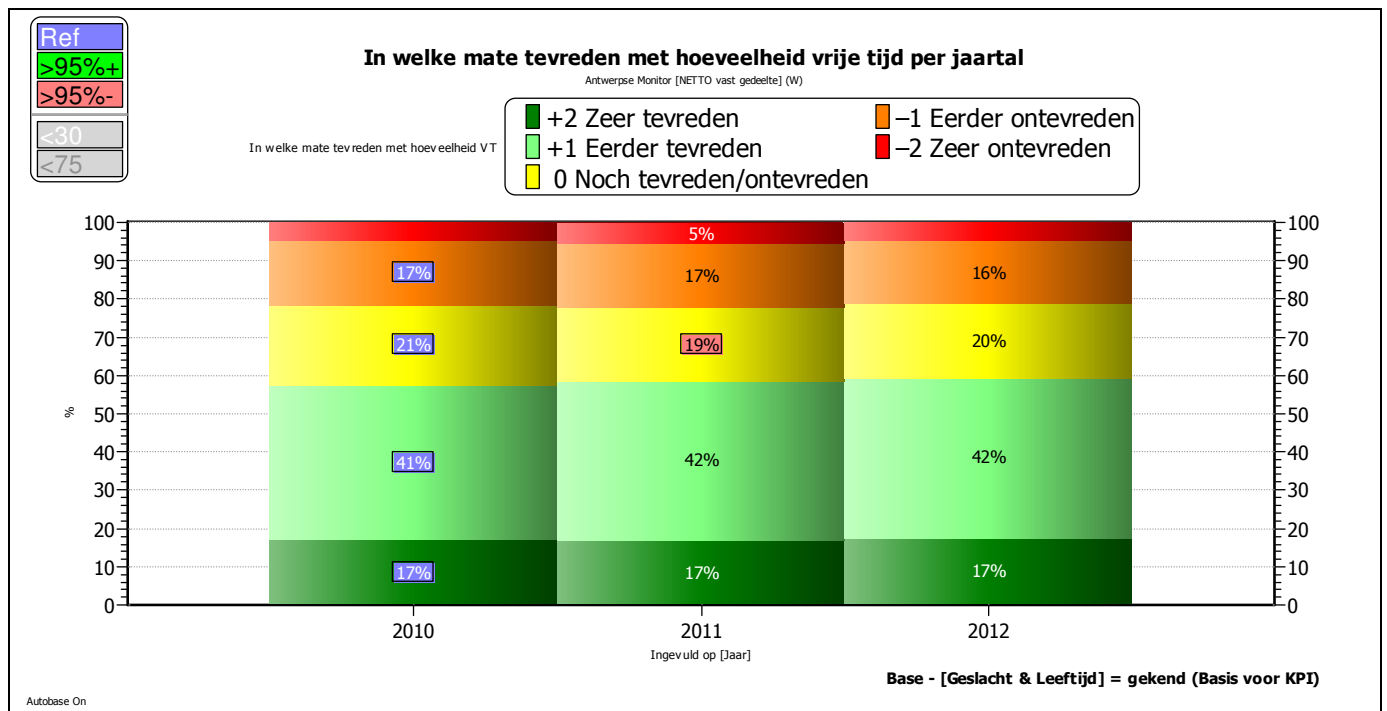
We vergelijken telkens de resultaten van de Antwerpse monitor 2010 met de resultaten van 2011 en 2012. De cijfers van het referentiejaar 2010 zijn alleen in een blauw kader aangeduid wanneer er in de grafiek slechts de evolutie van één variabele wordt weergegeven.

4.1 Vrije tijd

In de volgende grafiek wordt weergegeven hoe tevreden respondenten zijn met hun vrije tijd. Vrije tijd wordt gedefinieerd als de tijd los van werk, school, huishoudelijke taken, zorg voor kinderen en/of ouderen en nachtrust.

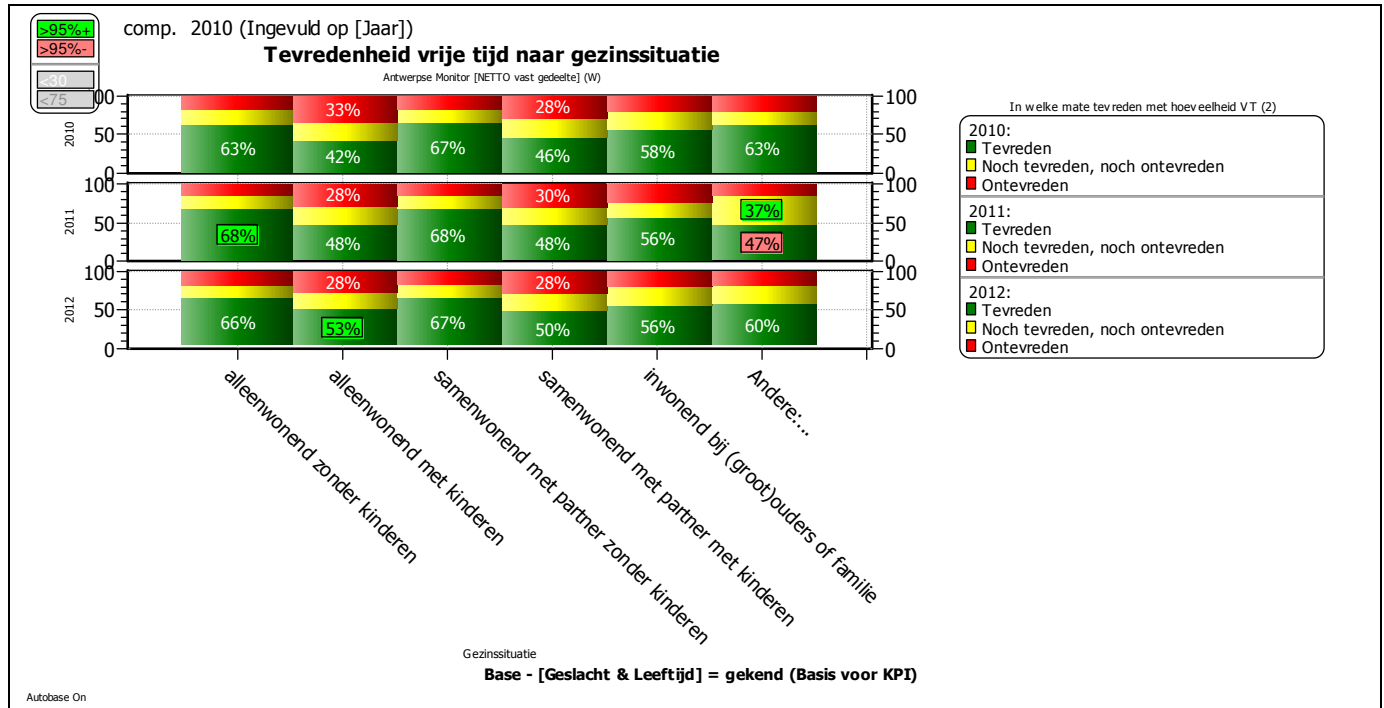
In 2012 is bijna 60% van de respondenten tevreden (42%) of zeer tevreden (17%) met de hoeveelheid vrije tijd. Ongeveer 5 % is zeer ontevreden en 17 % is eerder ontevreden.

Grafiek 65 Mate van tevredenheid over hoeveelheid vrije tijd, 2010, 2011 en 2012



De gezinssituatie heeft een impact op de appreciatie van de hoeveelheid vrije tijd. Respondenten met kinderen zijn significant minder tevreden dan diegene zonder kinderen. De toename van het aandeel tevreden is alleen significant bij de alleenstaande respondenten in 2011 en bij alleenwonenden met kinderen in 2012. Hier steeg het aandeel tevreden respondenten van 48% naar 53%.

Grafiek 66 Mate van tevredenheid over hoeveelheid vrije tijd volgens gezinssituatie, 2010, 2011 en 2012



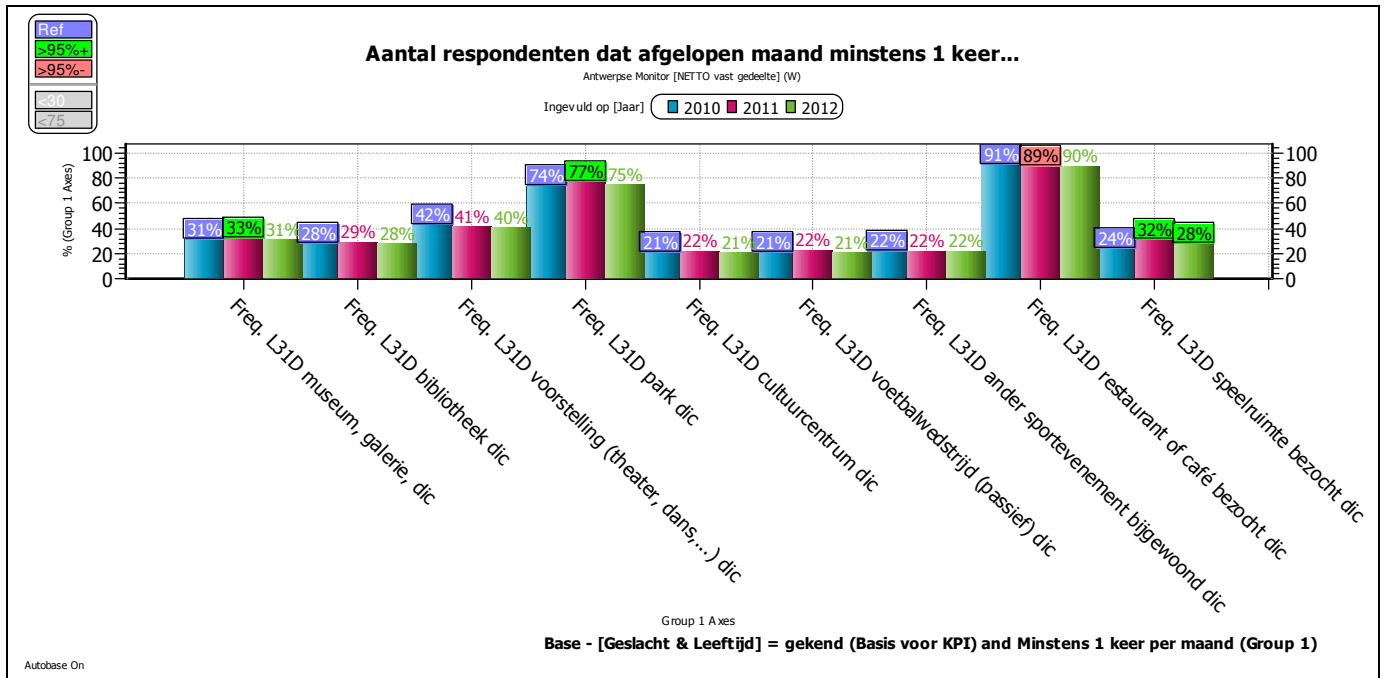
4.2 Cultuur en sport

4.2.1 Deelname aan diverse activiteiten

Wat zijn de populaire bezigheden tijdens de vrije tijd? Voor sommige onderdelen werd gevraagd hoe vaak men de afgelopen maand (of dertig dagen) deelnam, voor andere werd gepeild naar de deelname tijdens de afgelopen zeven dagen.

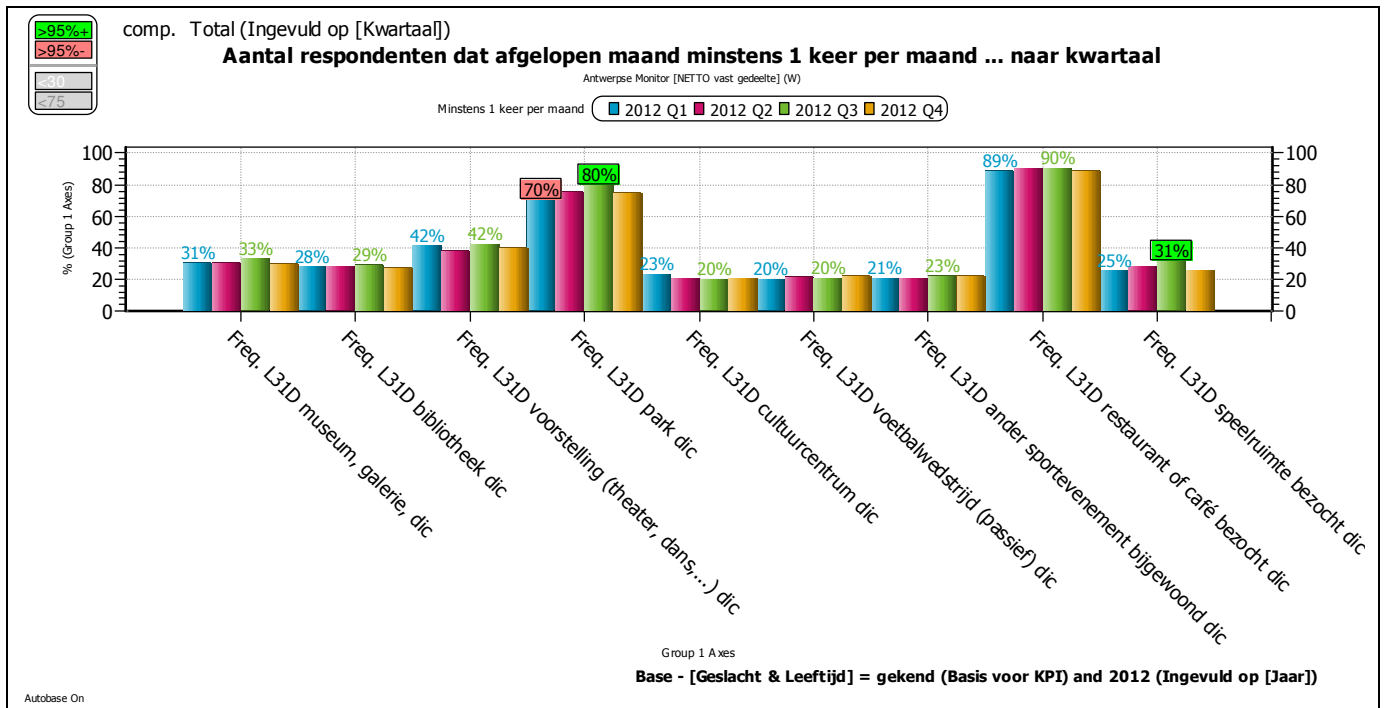
Het meest opvallende significante verschil tussen 2010 en 2011 is het toegenomen aandeel respondenten dat aangeeft de voorbije maand minstens één keer een speelruimte te hebben bezocht. Drie op tien respondenten heeft een speelruimte bezocht, terwijl dit aandeel in 2010 maar 24% bedroeg. Maar in 2012 is dit aandeel terug gedaald naar 28%.

Grafiek 67 Frequentie van vrijetijdsbesteding (minstens 1 keer tijdens de afgelopen maand), 2010, 2011 en 2012



In de volgende grafiek wordt de vrijetijdsbesteding opgesplitst per kwartaal. Hieruit blijkt dat vooral parkbezoek en speelruimtebezoek significant vaker gebeurt in het derde kwartaal.

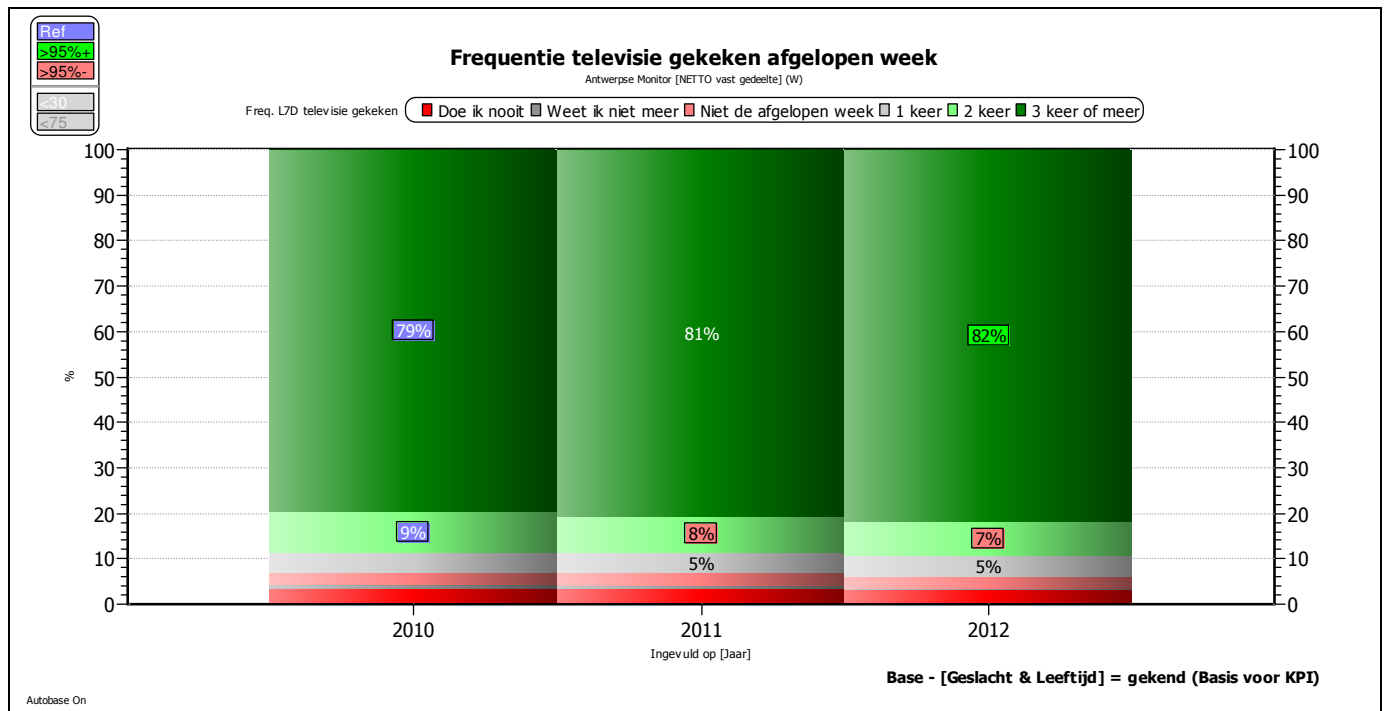
Grafiek 68 Frequentie van vrijetijdsbesteding (minstens 1 keer tijdens de afgelopen maand) naar kwartaal



Wat betreft het lezen van een boek, sport beoefenen, gaan zwemmen, sporten in een sporthal/terrein en televisie kijken wordt de frequentie de afgelopen zeven dagen bevraagd.

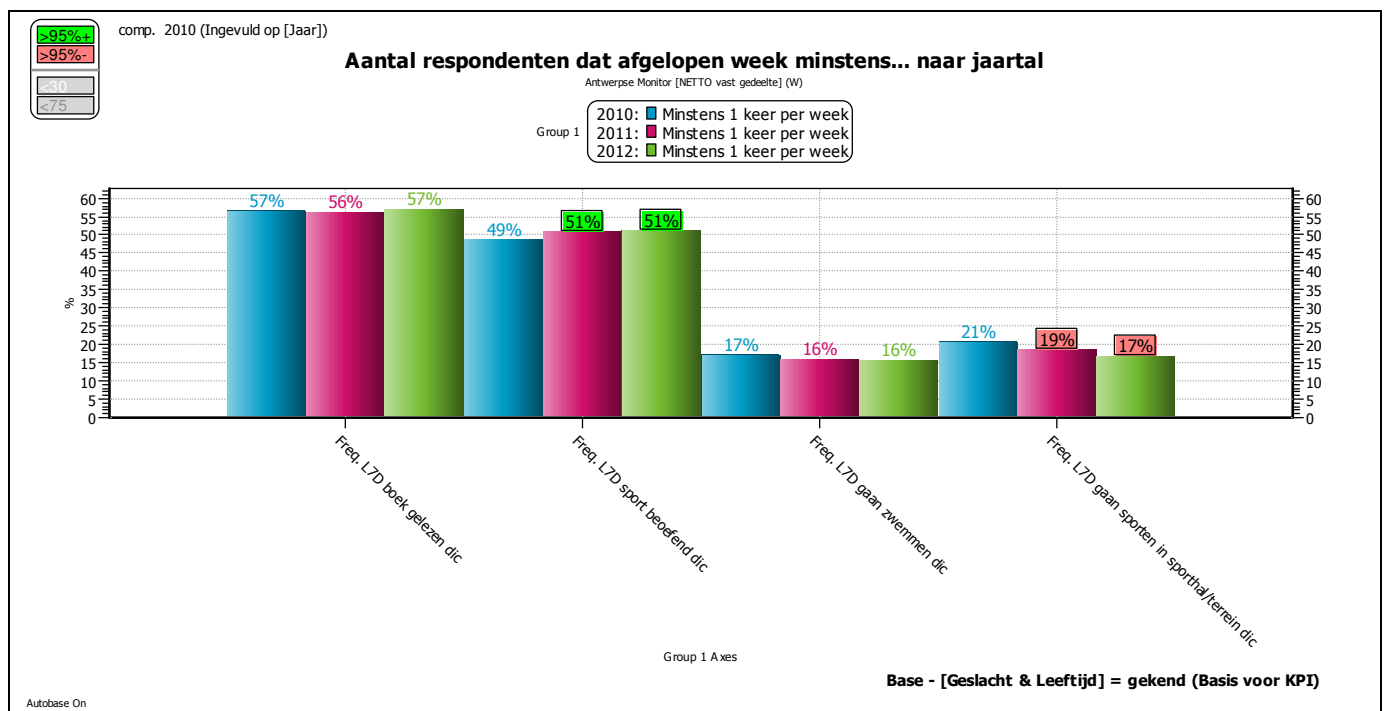
Acht op tien respondenten kijkt minstens drie keer per week televisie.

Grafiek 69 Frequentie van televisie kijken tijdens de afgelopen week, 2010, 2011 en 2012



Naast televisie kijken, is de populairste bezigheid het lezen van een boek. Dit blijft zo in 2011. De enige vorm van vrijetijdsbesteding die zichtbaar is afgenomen, is sportbeoefening in een sporthal of op een sportterrein. Sport beoefenen in het algemeen is dan weer licht gestegen in 2011 ten opzichte van 2010 en is in 2012 stabiel gebleven.

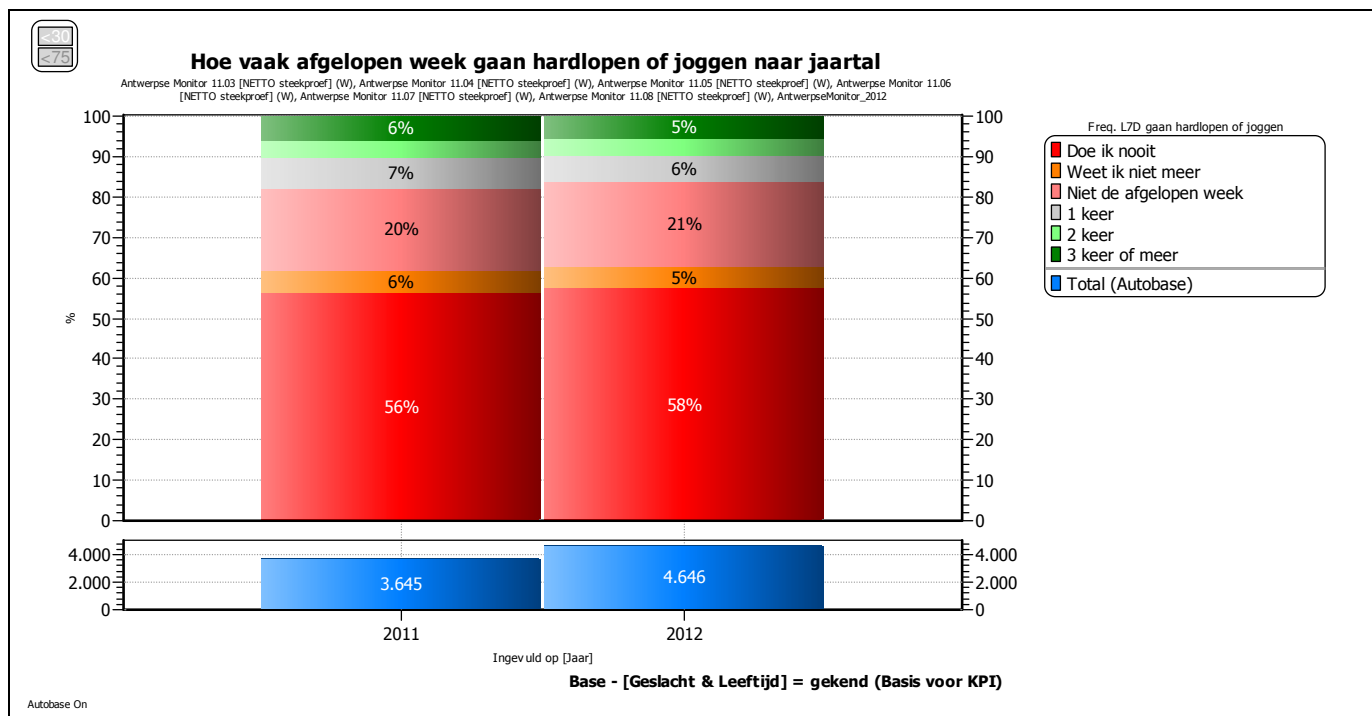
Grafiek 70 Frequentie van vrijetijdsbesteding tijdens de afgelopen week, 2010, 2011 en 2012



Vanaf golf 3 van 2011 werd een extra item aan de vrijetijdsbestedingen van de afgelopen week toegevoegd, namelijk hardlopen/joggen.

Iets meer dan de helft van de respondenten gaat nooit hardlopen of joggen; 17% ging de afgelopen week minstens één keer lopen in 2011 en in 2012 was dat 15%.

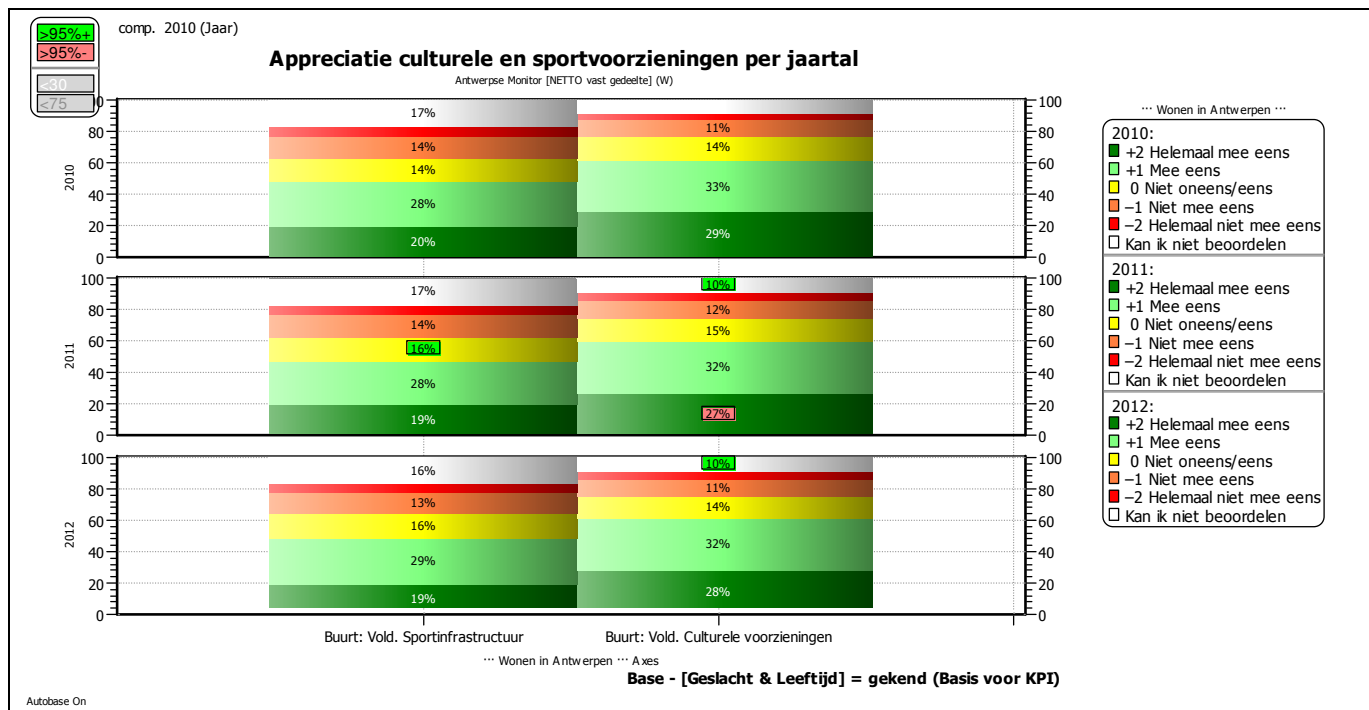
Grafiek 71: frequentie hardlopen of joggen in 2011 en 2012



4.2.2 Voorzieningen voor sport en cultuur in de buurt

Uit de volgende grafiek blijkt dat respondenten meer tevreden zijn over het aanbod culturele voorzieningen dan over het aanbod sportinfrastructuur in hun buurt. Iets minder dan de helft van de respondenten oordeelt dat er voldoende sportvoorzieningen in de buurt zijn. Voor culturele voorzieningen is dit aandeel hoger (ca. zes op tien). Er verandert weinig over de afgelopen 3 jaren.

Grafiek 72 Appreciatie van het aanbod sport- en culturele voorzieningen in de buurt, 2010, 2011 en 2012

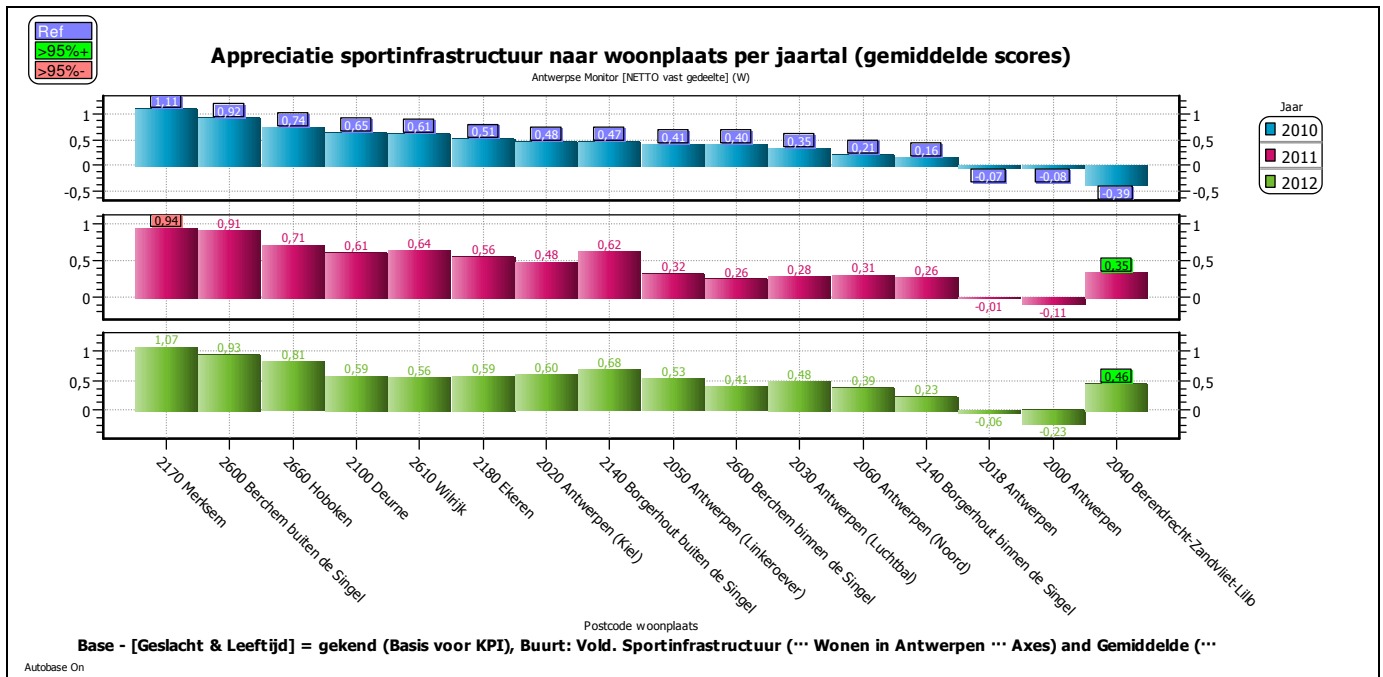


Wanneer de postcode van de woonplaats in rekening wordt gebracht, zien we duidelijke verschillen. We geven de gemiddelde scores per postcode en rangschikken ze aflopend volgens de score. Die varieert tussen 2 (*helemaal mee eens*) en -2 (*helemaal niet mee eens*).

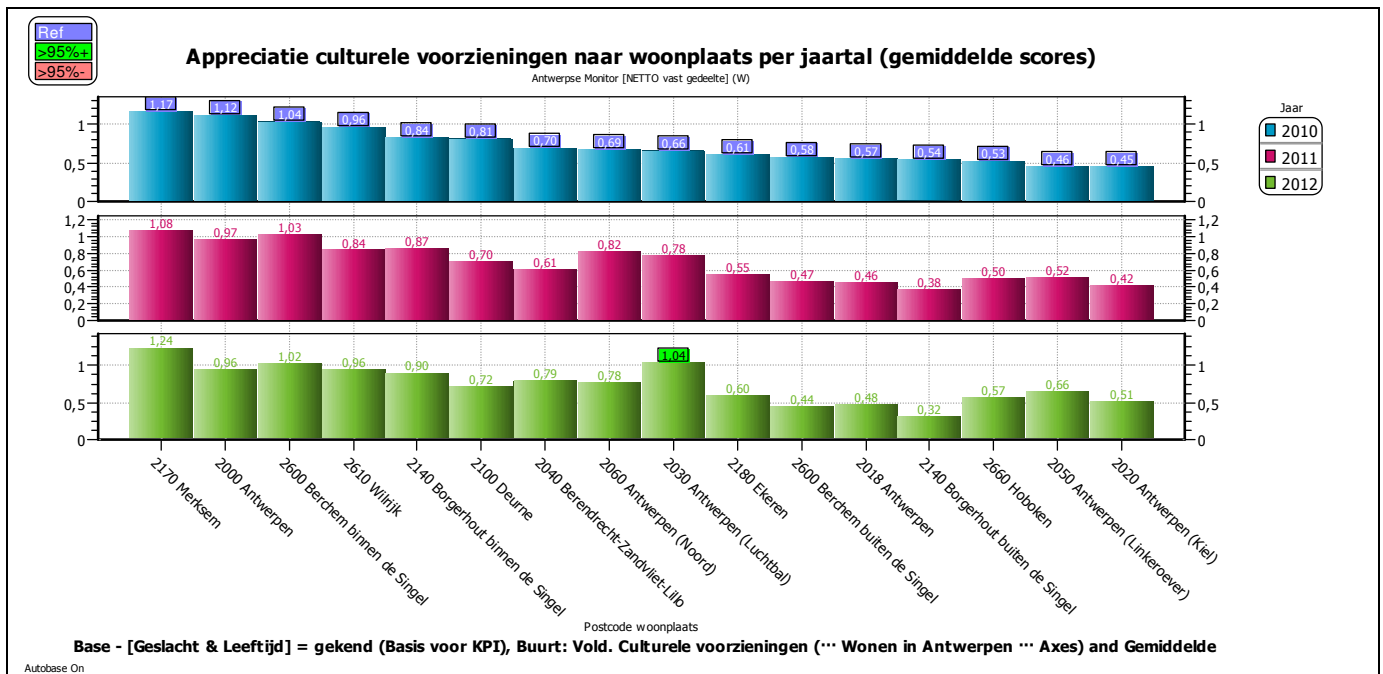
Het is duidelijk dat de postcodes binnen de Singel en het district Berendrecht-Zandvliet-Lillo het aanbod sportinfrastructuur significant slechter appreciëren dan de postcodes buiten de Singel. De respondenten van Berendrecht-Zandvliet-Lillo antwoordden gemiddeld wel veel positiever in 2011 en 2012. Dit kan verklaard worden door de bouw van een sporthal. De negatieve gemiddelde score van -0,40 evolueert er naar een positieve score van 0,47. In de postcodes 2000 en 2018 blijven de negatieve gemiddelde scores. Naast Berendrecht-Zandvliet-Lillo maakt Borgerhout de meest positieve evolutie door tussen 2010 en 2011.

Bij de culturele voorzieningen liggen de gemiddelde scores hoger en zien we een ander plaatje naar postcode: de zones binnen de Singel zijn significant meer tevreden. Dit geldt ook voor de districten Merksem en Wilrijk. Voor het overige zijn de gebieden buiten de Singel doorgaans minder tevreden. In 2012 merken we een stijging van het gemiddelde in Antwerpen Luchtbal. Opvallend is ook dat het district Merksem voor sport én cultuur de hoogste gemiddelde waarden optekent, zowel in 2010 als in 2011 en 2012.

Grafiek 73 Appreciatie van het aanbod sportinfrastructuur volgens woonplaats, gemiddelde score 2010, 2011 en 2012



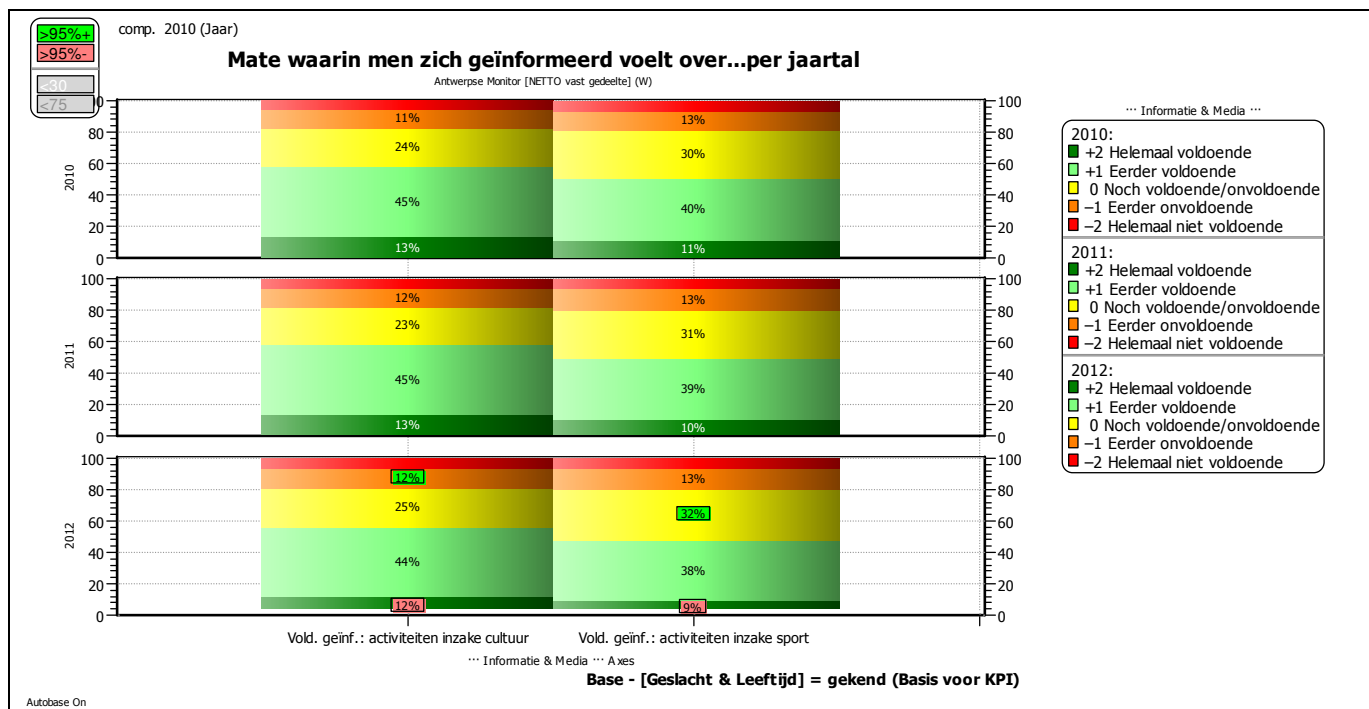
Grafiek 74 Appreciatie van het aanbod culturele voorzieningen volgens woonplaats, gemiddelde score 2010, 2011 en 2012



4.2.3 Geïnformeerd over sport en cultuur

Bijna zes op tien respondenten voelt zich voldoende geïnformeerd over cultuur. Ook het aandeel respondenten dat zich voldoende geïnformeerd voelt over sportactiviteiten is nagenoeg stabiel en schommelt rond 50%. Ongeveer één op vijf voelt zich onvoldoende geïnformeerd. Het aandeel dat zich helemaal voldoende geïnformeerd voelt daalt zowel voor sport als voor cultuur in 2012.

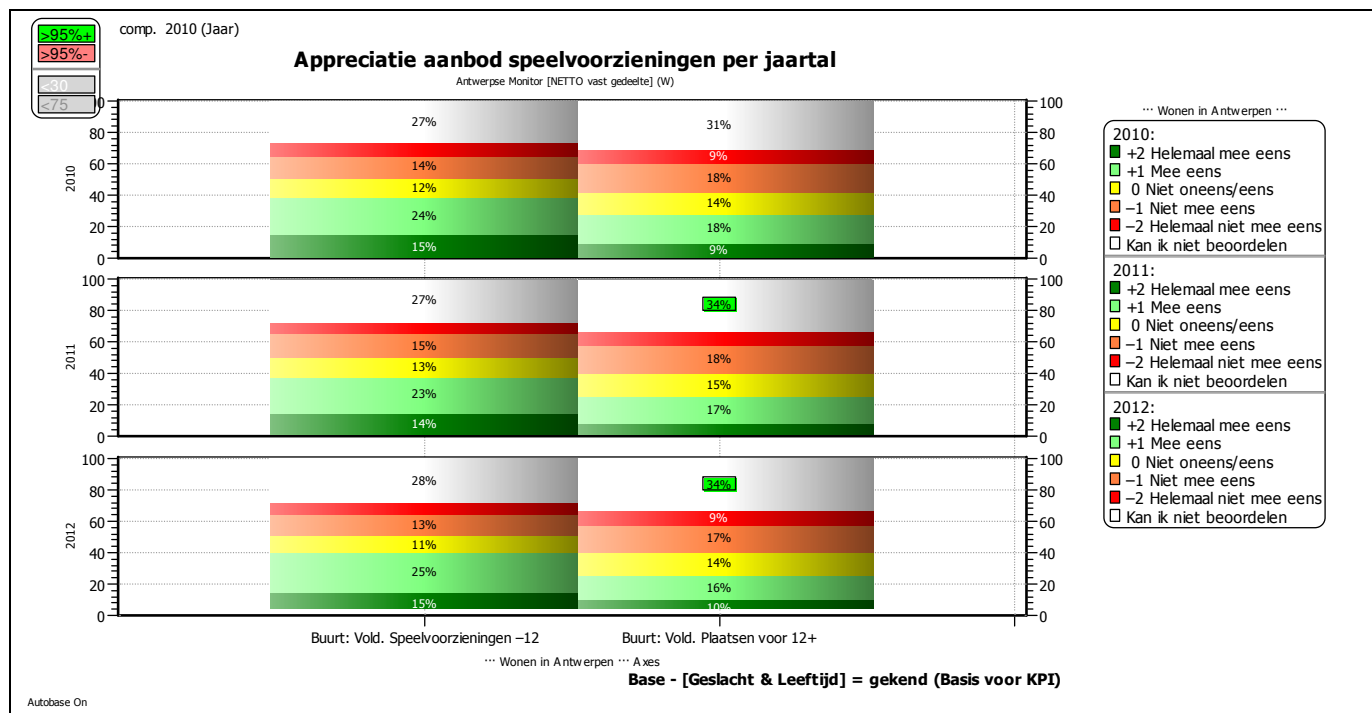
Grafiek 75 Mate waarin men zich voldoende geïnformeerd voelt over activiteiten inzake cultuur en sport, 2010, 2011 en 2011



4.2.5 Voorzieningen voor jongeren en kinderen in de buurt

Een groot aandeel respondenten – significant vaker 65-plussers - geeft te kennen dit onderwerp niet te kunnen beoordelen. Het aanbod voorzieningen voor min 12-jarigen wordt positiever geapprecieerd dan dat voor de plus 12-jarigen. We merken nog een stijging van het aandeel zonder oordeel bij de waardering van het aanbod aan speelvoorzieningen voor de plus 12-jarigen.

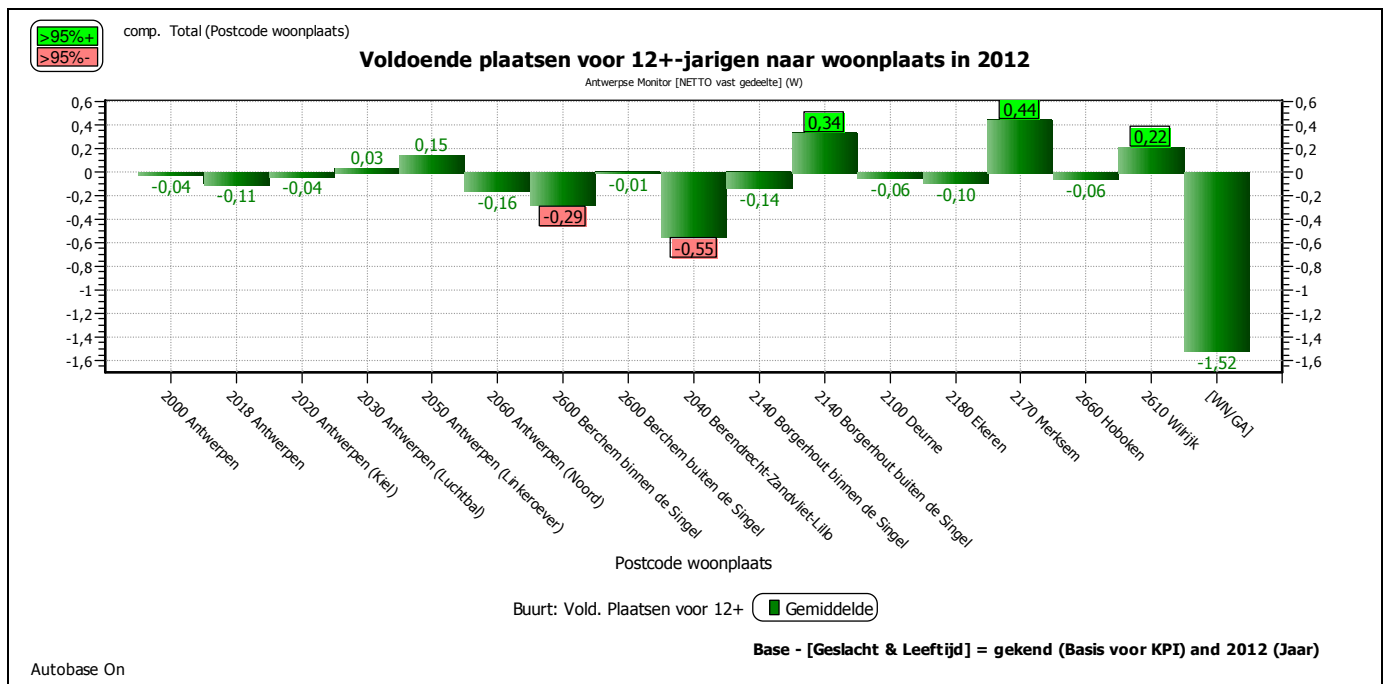
Grafiek 76 Appreciatie van het aanbod voorzieningen voor min- en plus 12-jarigen in de buurt, 2010 , 2011 en 2012



Wanneer de postcode van de woonplaats in rekening wordt gebracht, zien we duidelijke verschillen. We geven de gemiddelde scores per postcode en rangschikken ze aflopend volgens de score. Die varieert tussen 2 (*helemaal mee eens*) en -2 (*helemaal niet mee eens*).

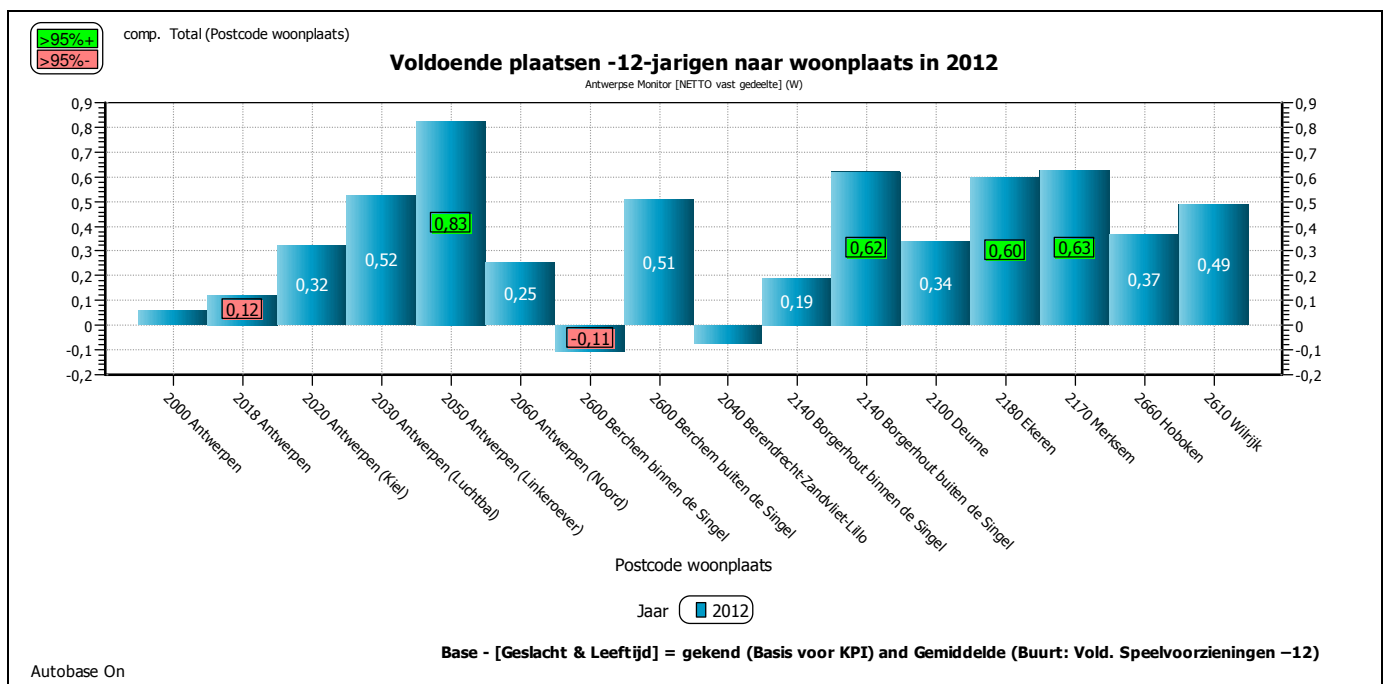
De waardering van het aanbod van voorzieningen voor plus 12-jarigen is erg laag, zelfs licht negatief. Er is ook een duidelijk effect van woonplaats. In 2012 scoren Borgerhout buiten de Singel, Merksem en Wilrijk significant hoger dan het gemiddeld. Berendrecht-Zandvliet-Lillo en Berchem buiten de Singel scoren lager.

Grafiek 77: Appreciatie voorzieningen voor plus 12-jarigen naar woonplaats in 2012 (gemiddelde scores)



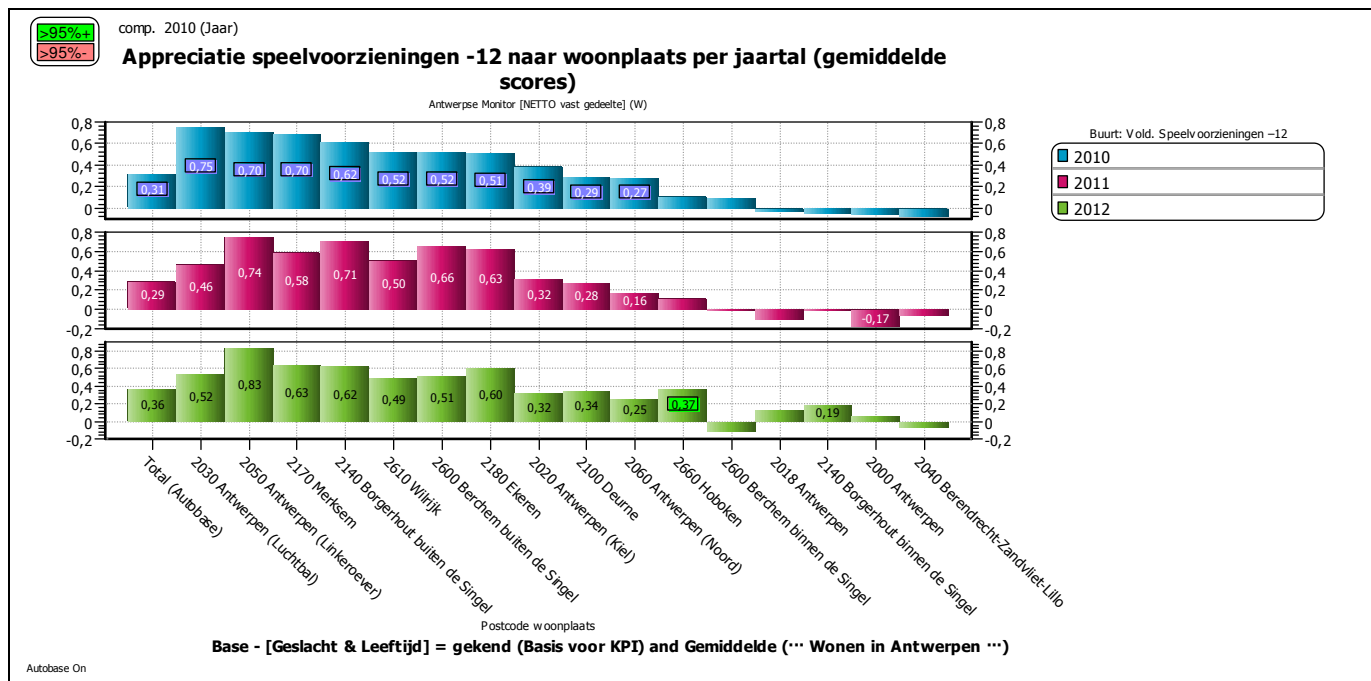
Het aanbod voorzieningen voor min 12-jarigen wordt door respondenten uit Antwerpen (Linkeroever), Borgerhout buiten de Singel, Ekeren en Merksem beter dan gemiddeld beoordeeld en Antwerpen (2018) en Berchem binnen de Singel scoort slechter dan gemiddeld

Grafiek 78: Appreciatie van de infrastructuur voor min 12-jarigen volgens woonplaats, 2012 (gemiddelde scores)

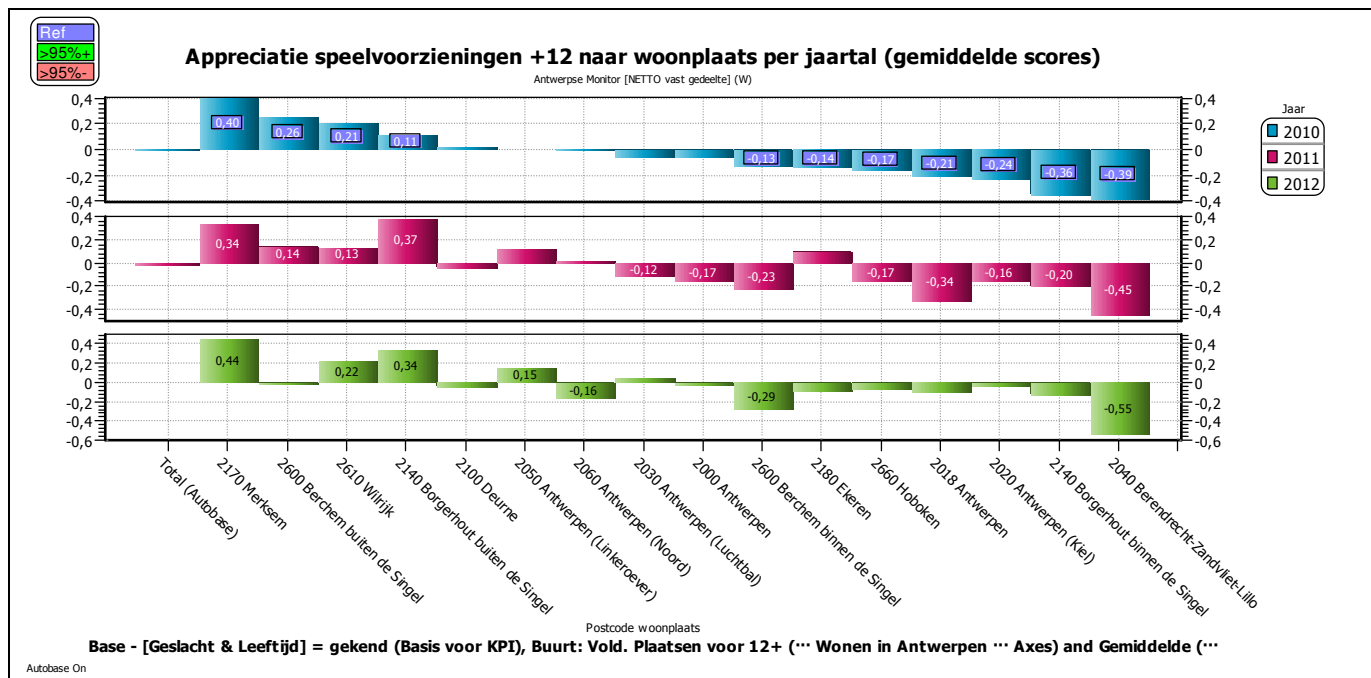


In de volgende grafieken zetten we de resultaten, opgesplitst naar woonplaats van 2012 af tegen de voorgaande jaren. We stellen dan vast dat bij de appreciatie van speelvoorzieningen voor -12-jarigen, Hoboken significant hoger scoort in 2012 ten opzichte van 2010.

Grafiek 79 Appreciatie van de infrastructuur voor min 12-jarigen volgens woonplaats, gemiddelde score 2010, 2011 en 2012



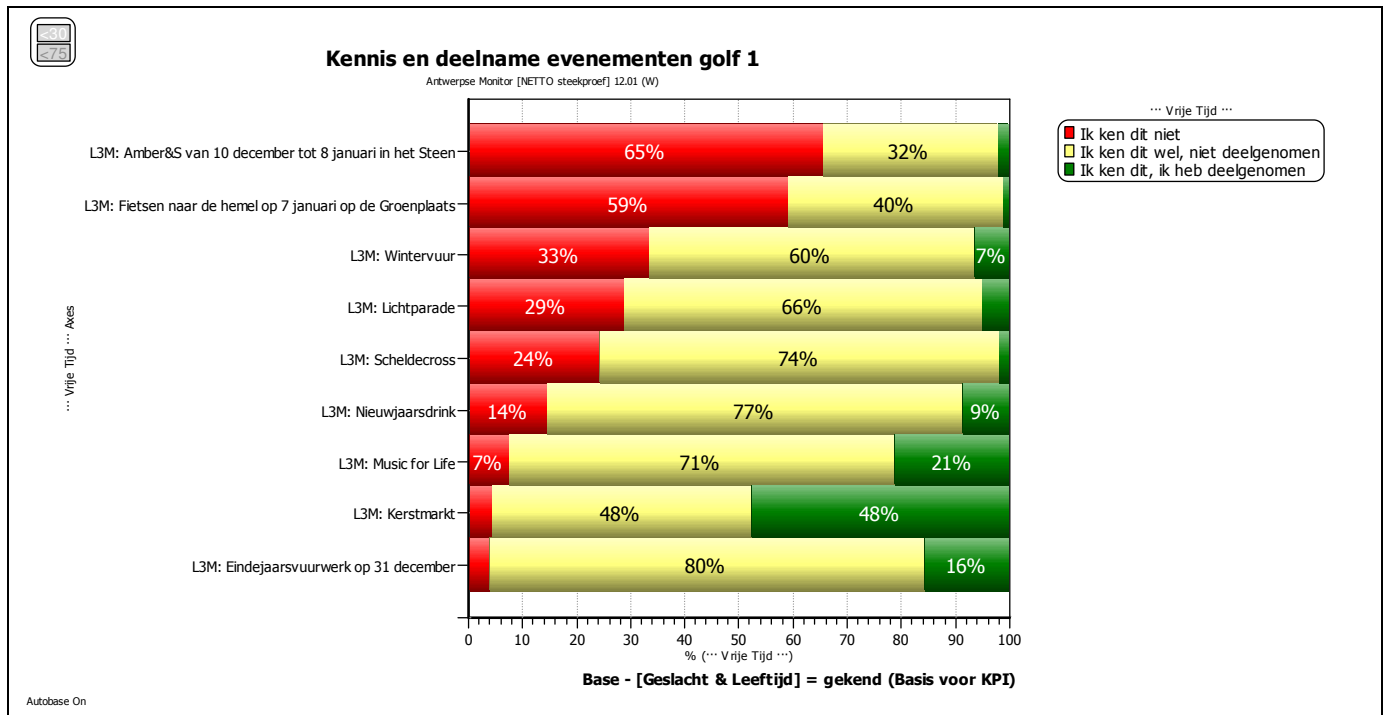
Grafiek 80 Appreciatie van de voorzieningen voor plus 12-jarigen volgens woonplaats, gemiddelde score 2010, 2011 en 2012



4.3 Kennis van en deelname aan evenementen

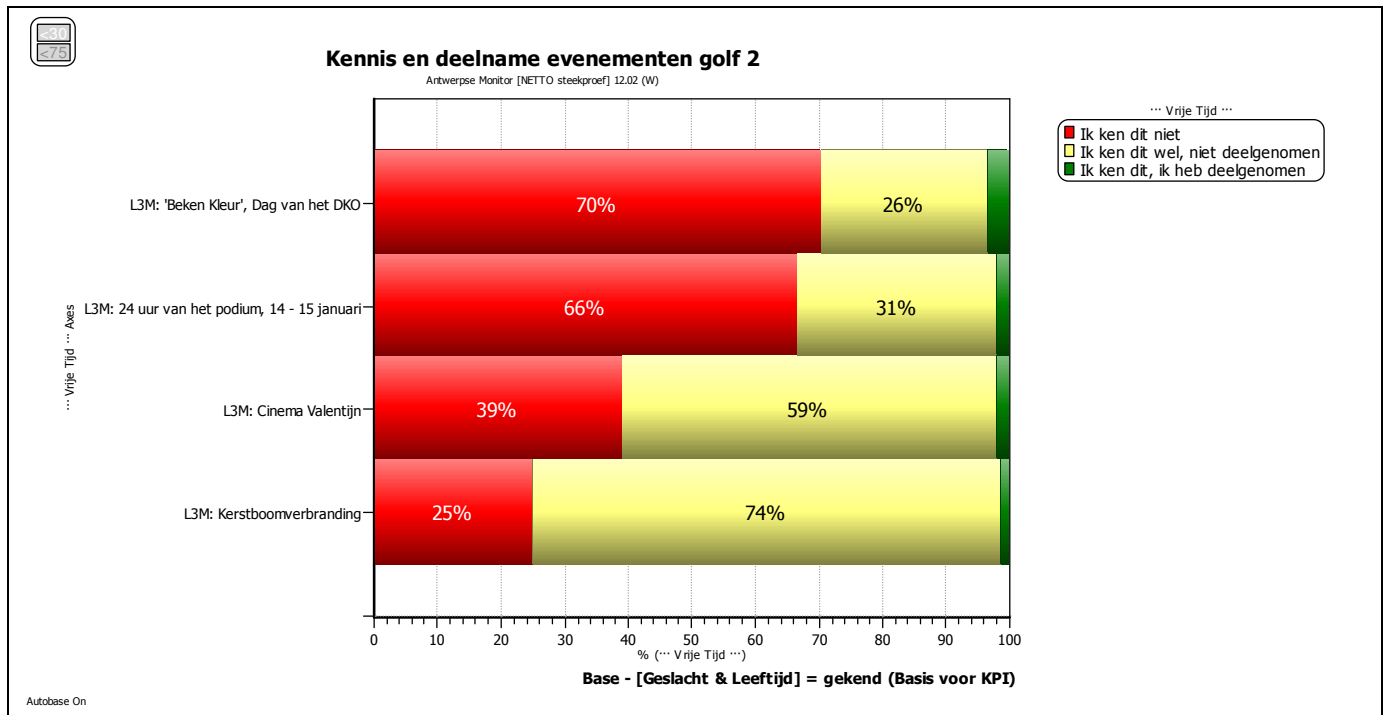
Per golf wordt gepeild naar de mate waarin Antwerpenaren bepaalde evenementen of activiteiten kennen en bezoeken/deelnemen. Hierna volgt een lijst van grafieken waarin dit per golf wordt weergegeven. In golf 1 was de Kerstmarkt het populairste evenement gevolgd door Music for Life en het eindejaarsvuurwerk. Het minst gekend was Amber&S.

Grafiek 81: evenementen golf 1



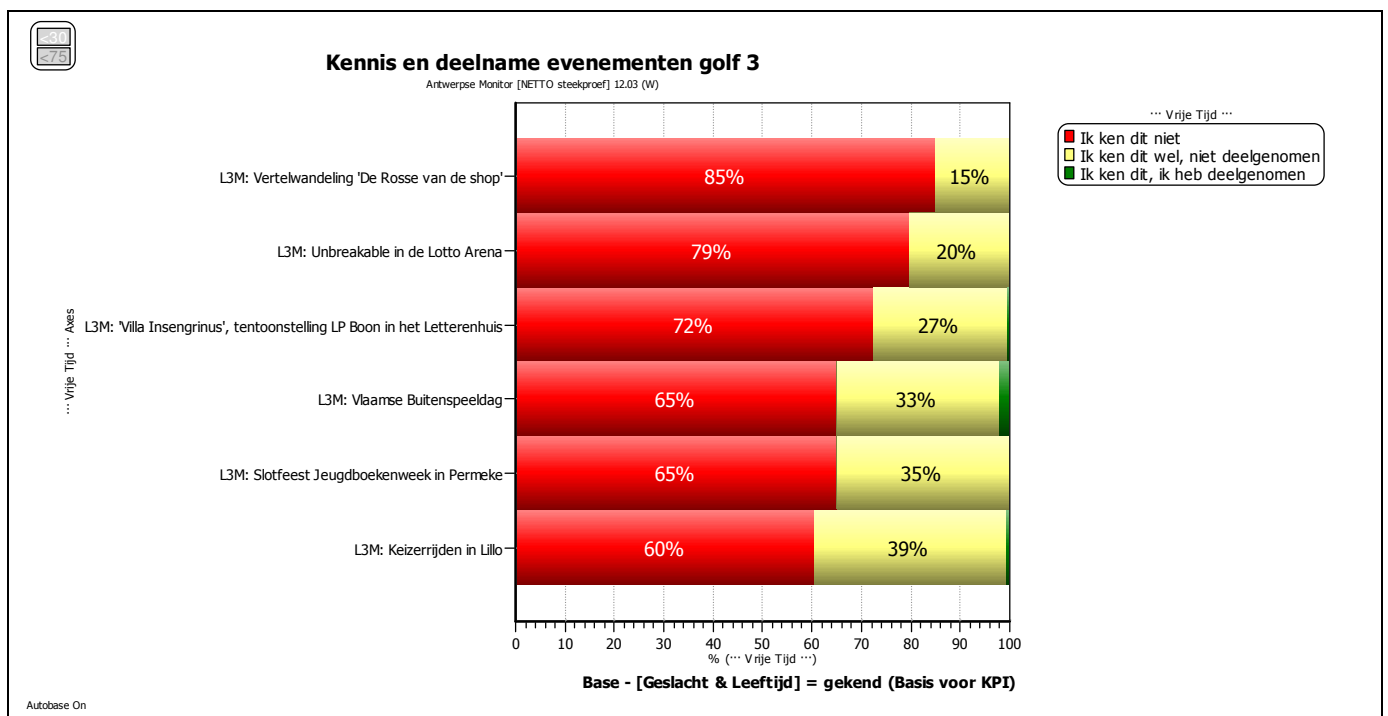
De deelname aan evenementen is in golf 2 laag. Het meest gekend is de kerstboomverbranding en Cinema Valentijn. Het meest bezocht is Beken Kleur, Dag van het DKO.

Grafiek 82: evenementen golf 2



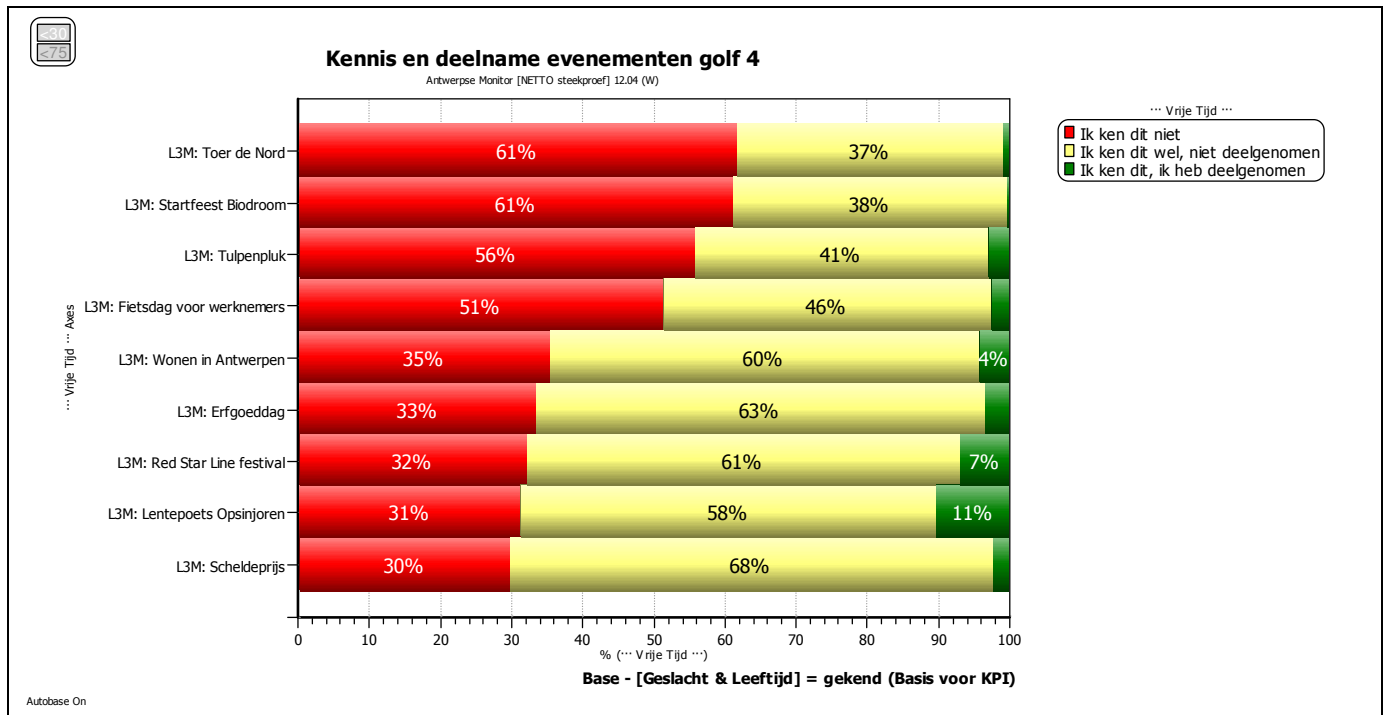
In golf 3 is het Keizerrijden in Lillo het meest gekende en de Vlaamse Buitenspeeldag het meest bezochte evenement.

Grafiek 83: evenementen golf 3



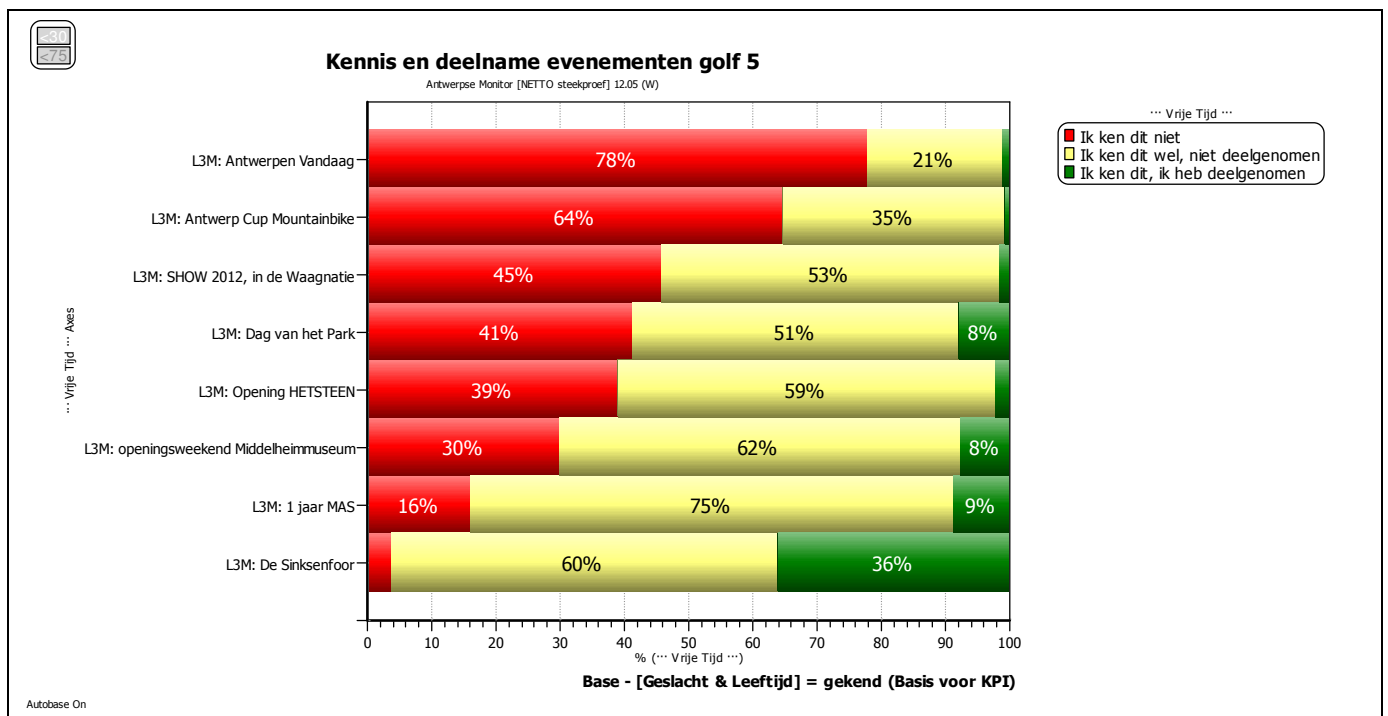
Lentepoets Opsinoren en Red Star Line Festival zijn de meest bezochte evenementen in golf 4. De Scheldeprijs is het meest gekend.

Grafiek 84: evenementen golf 4



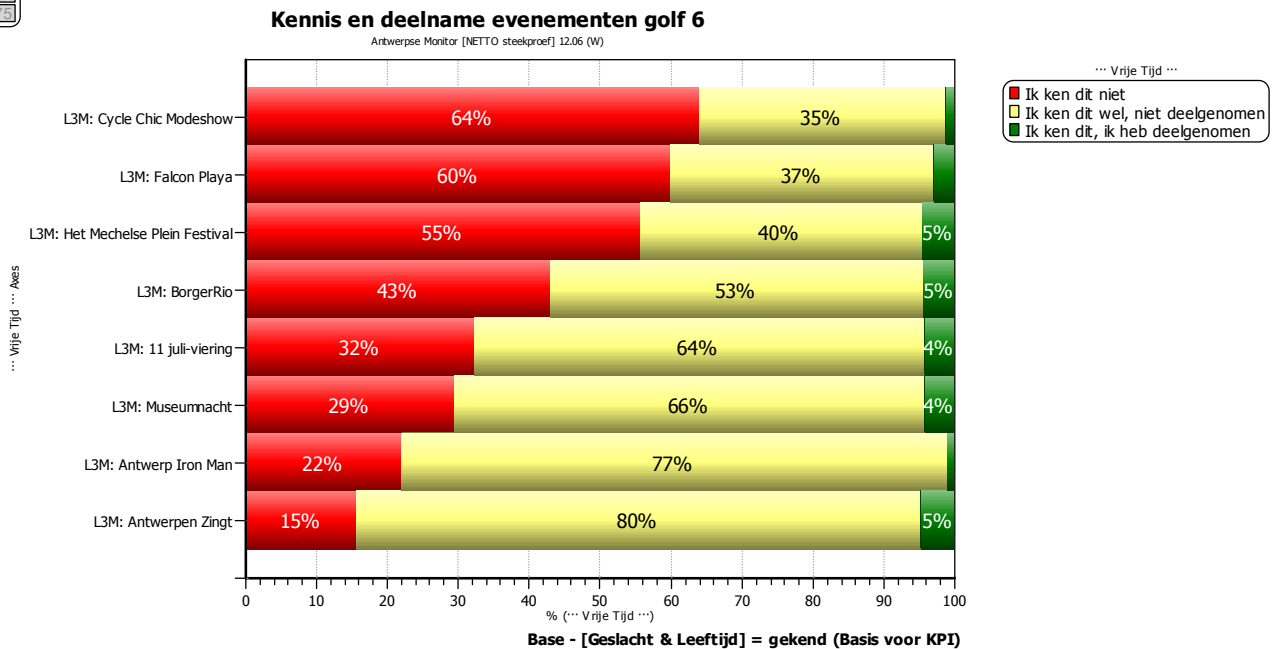
In golf 5 is de Sinksenfoor het populairste: liefst 36% nam deel. Meest gekend maar niet bezocht is 1 jaar MAS.

Grafiek 85: evenementen golf 5



Antwerpen zingt is het meest gekende en bezochte evenement. Het Mechelse Plein Festival en BorgerRio kennen evenveel bezoekers maar zijn minder gekend.

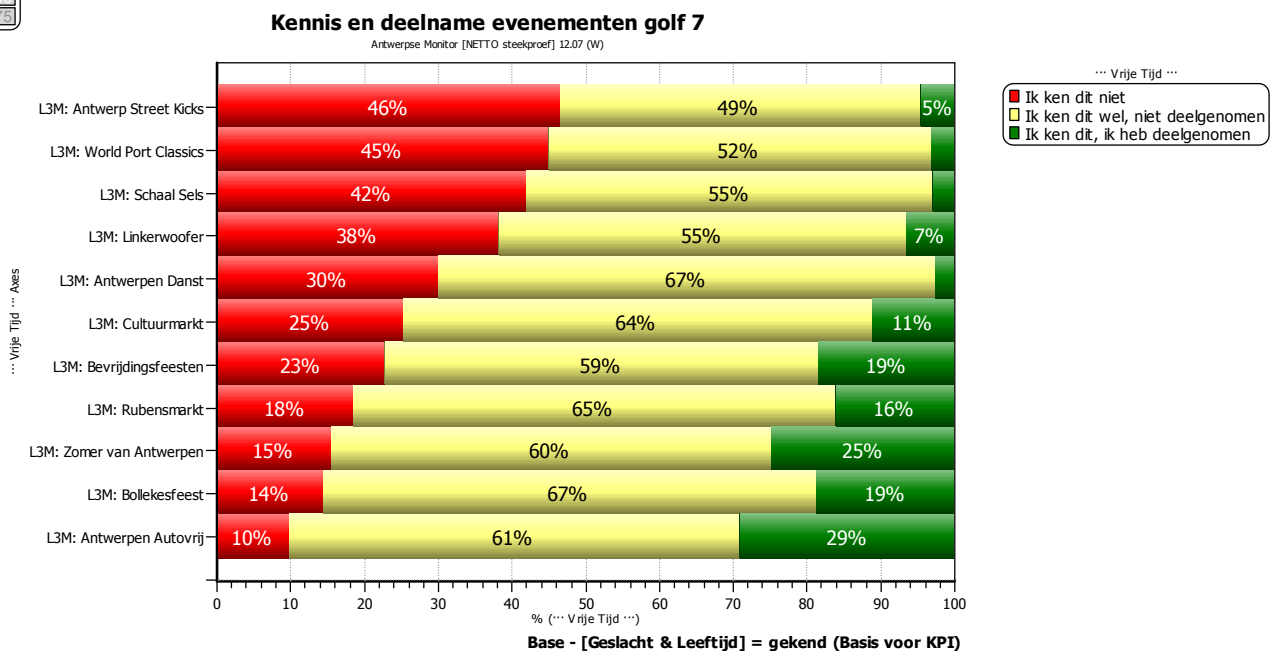
Grafiek 86: evenementen golf 6



Autobase On

In golf 7 zijn Antwerpen Autovrij en Zomer van Antwerpen het populairst om te bezoeken. Meest gekend maar niet bezocht is het Bollekesfeest.

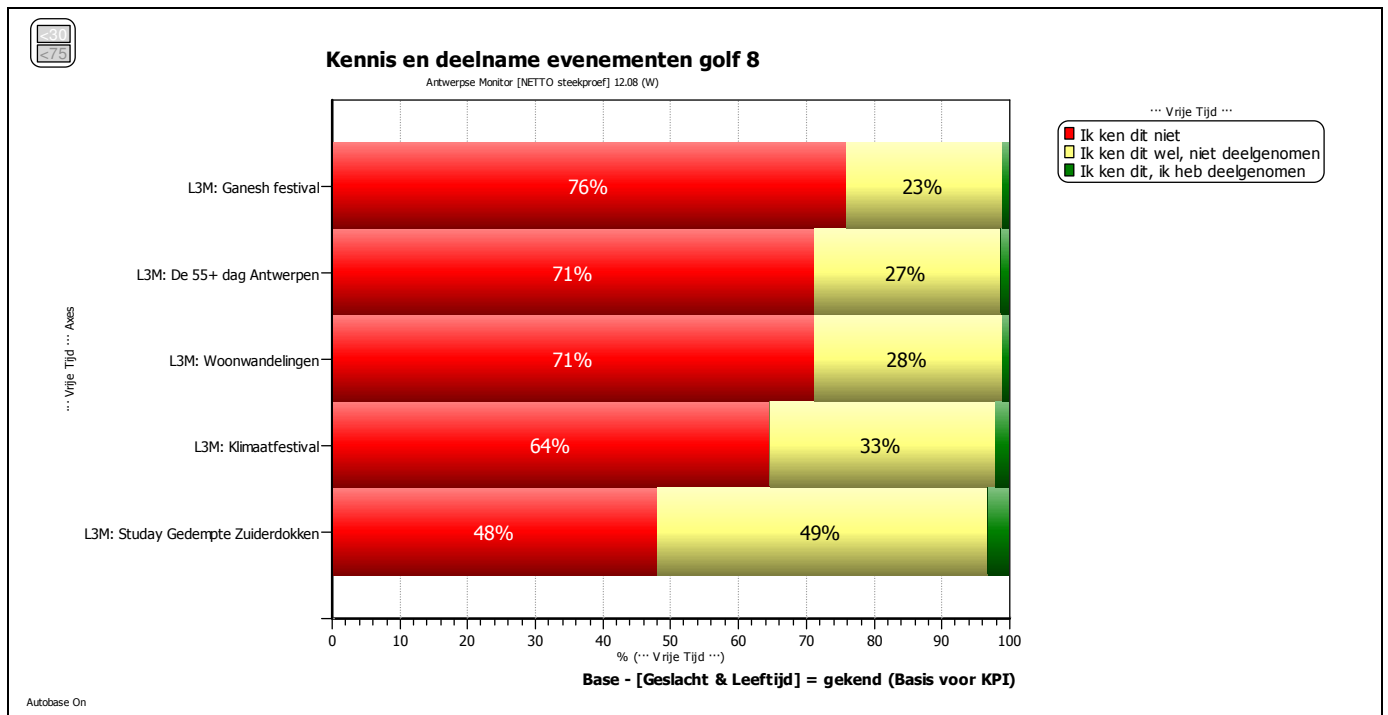
Grafiek 87: evenementen golf 7



Autobase On

Het meest gekende en bezochte evenement uit golf 8 is Studay op de Gedempte Zuiderdokken.

Grafiek 88: evenementen golf 8



4.3 Kennis en bezoek Antwerpse musea

In de laatste golf van 2011 werd een vraag opgenomen naar de kennis en de frequentie van bezoek van 13 Antwerpse musea tijdens het afgelopen jaar. In golf 5 van 2012 werd deze vraag herhaald.

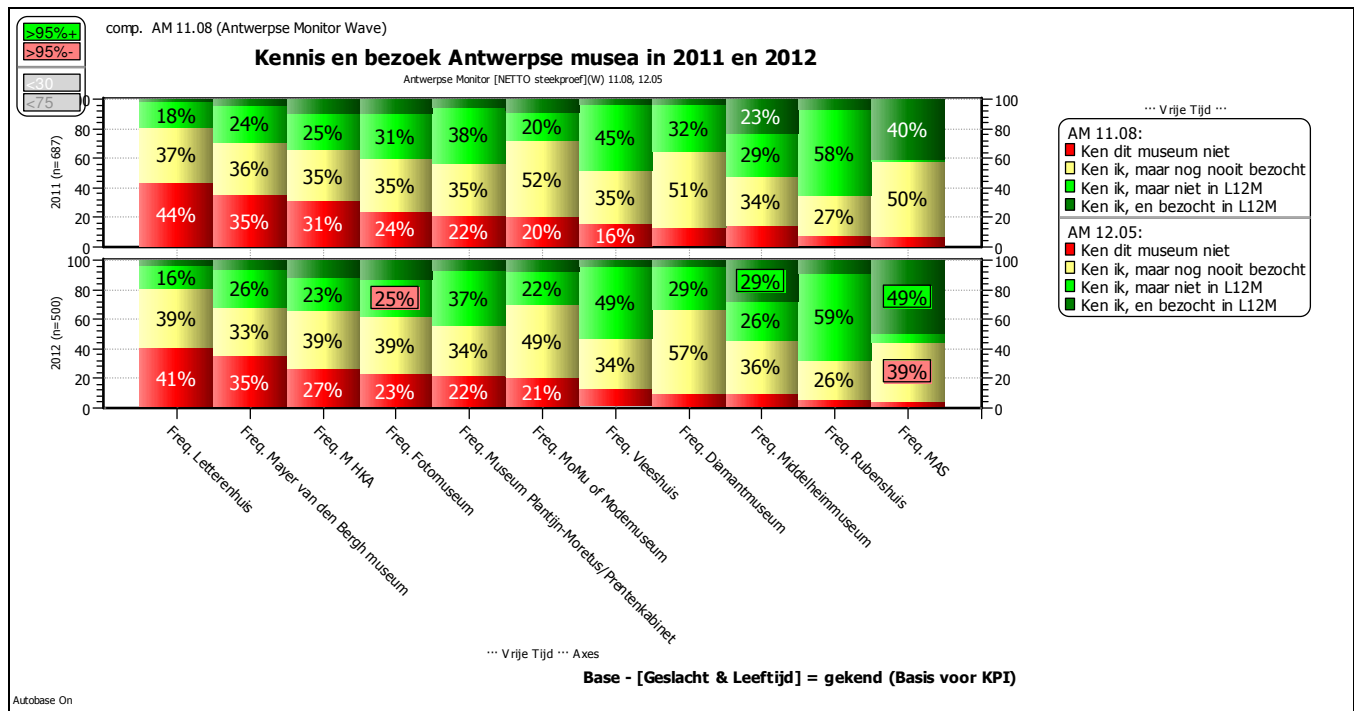
Het MAS mag dan wel het recentste museum zijn, het is het meest gekende. Slechts 7% van de respondenten zegt het MAS niet te kennen in 2011 en in 2012 is dat nog 5%, op de voet gevolgd door het Rubenshuis (door 8% niet gekend in 2011 en 8% in 2012). Wel opvallend is dat 40% van de respondenten het MAS bezocht in 2011 en 49% in 2012. Het Rubenshuis heeft het grootste aandeel respondenten dat het museum wel eens bezocht (langer dan 12 maanden geleden).

Op een tweede gedeelde plaats staan het Middelheimmuseum en het Diamantmuseum. Qua bezoek het afgelopen jaar scoort het Middelheimmuseum met 23% in 2011 en 29% in 2012 ook zeer goed, na het MAS.

Het minst gekende museum is het Letterenhuis (44% niet gekend in 2011 en 41% in 2012), gevolgd door het Mayer van den Bergh museum (35% niet gekend in 2011 en 2012). Opvallend zijn eigenlijk ook de vrij lage scores qua bekendheid voor het M HKA (31% niet gekend in 2011 en 27% in 2012) en het Museum Plantijn-Moretus (22% in 2011 en 2012).

Opvallend is toch nog dat vooral het Middelheimmuseum en het Mas erop vooruitgaan qua bezoek. Het Middelheimmuseum scoort ook beter op gekendheid in 2012. Ook de meeste andere musea scoren iets beter qua gekendheid in 2012, maar deze verschillen zijn niet significant.

Grafiek 89: kennis en bezoek Antwerpse musea in 2011 en 2012



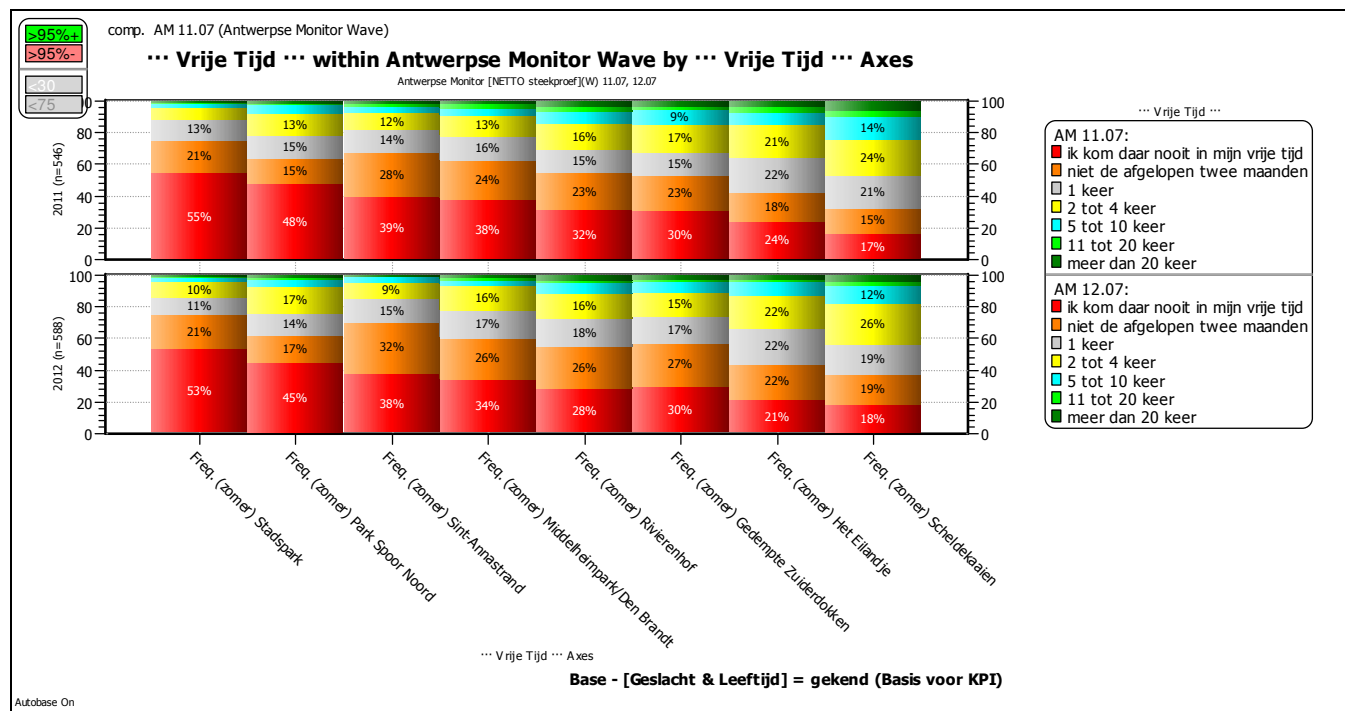
4.4 Frequent bezochte plaatsen tijdens de zomermaanden

In golven 7 van 2011 en 2012 werd gepeild naar hoe frequent Antwerpenaren op bepaalde plaatsen in Antwerpen vertoeven om hun vrije tijd tijdens de zomermaanden door te brengen.

De 'place to be' tijdens de zomer blijken de Scheldekaaien te zijn. Het Eilandje, de Gedempte Zuiderdokken en het Rivierenhof blijken de volgende populaire plaatsen te zijn.

Opvallend is dat 53% van de respondenten zegt nooit in het Stadspark te komen voor zijn vrije tijd, en 45% komt nooit in Park Spoor Noord. Verder is er weinig veranderd wanneer we 2011 vergelijken met 2012.

Grafiek 90: bezoek plaatsen in Antwerpen tijdens zomermaanden, 2011 en 2012



Hoofdstuk 5: Een veilige en propere stad

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- *SB06: De stad garandeert iedereen een goed onderhouden publieke ruimte.*
- *LP01: De kwaliteit van de dringende politie-interventie blijft behouden en daar waar nodig verbeterd.*
- *LP03: De politie gebruikt ten volle haar mogelijkheden om positieve contacten te leggen.*
- *BW01: De schade ten gevolge van brand en ongeval wordt tot een minimum beperkt.*
- *BW02: Een actieve en doelgroepgerichte communicatie- en informatiestrategie verbetert de brandpreventie.*
- *BW03: De implementatie van de brandweershervorming leidt tot een effectievere, efficiëntere en transparantere werking van de brandweerdienst.*

Dit deel geeft de evolutie weer over de mate waarin de stad Antwerpen als een propere en veilige stad ervaren wordt door haar bewoners. We lezen ook hoeveel mensen hun wijkagent kennen en er contact mee hebben.

Voor wat betreft het thema veiligheid beperken we ons in de Antwerpse monitor tot vijf vragen:

- Gebeurt het dat u zich onveilig voelt in de stad Antwerpen?
- Hoe groot is volgens u het risico dat u in Antwerpen het volgende jaar slachtoffer wordt van een verkeersongeval, lastig gevallen worden op straat, een woningbraak en diefstal op straat?
- Duid voor een aantal problemen aan in welke mate u er de afgelopen maand zelf last van hebt ondervonden in uw buurt.
- Kent u uw wijkagent?
- Hoe lang geleden hebt u voor het laatst contact gehad met uw wijkagent?
- Kennis en gebruik van de blauwe lijn.

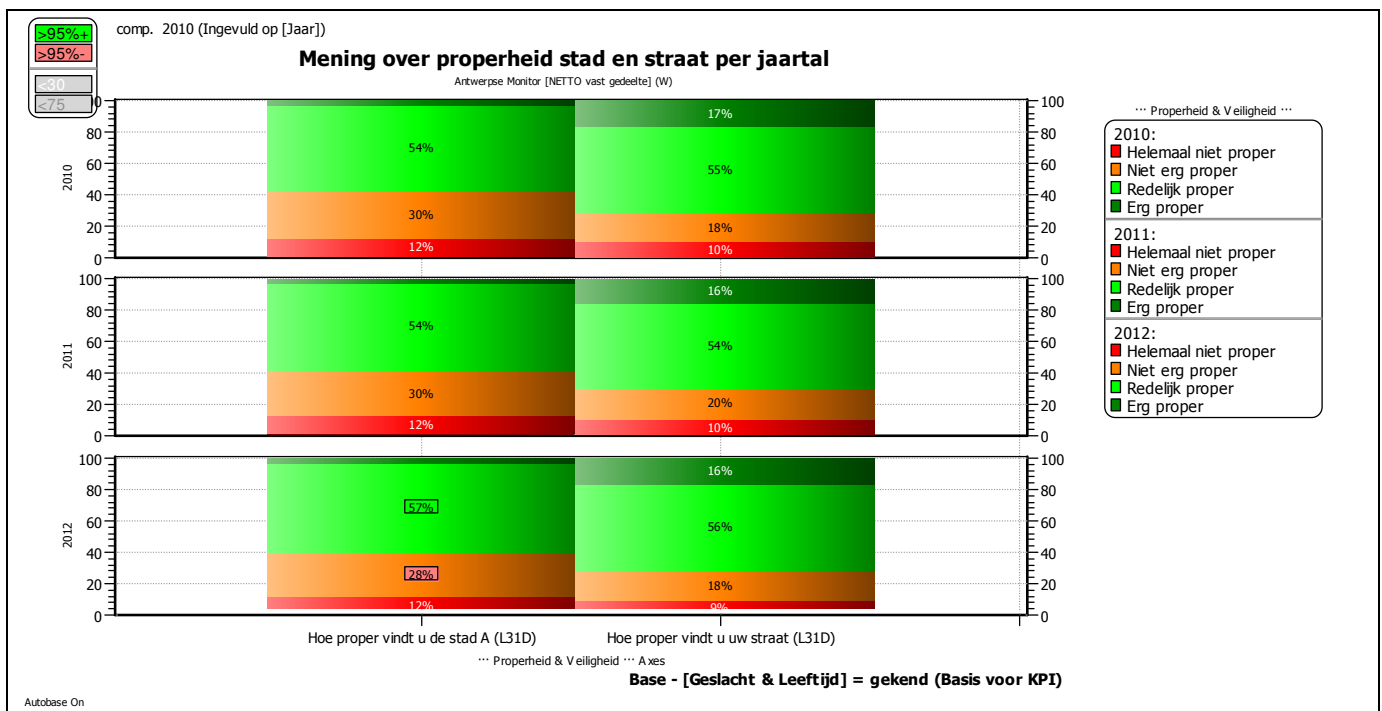
We vergelijken telkens de resultaten van de Antwerpse monitor 2010 met de resultaten van 2011 en 2012. De cijfers van het referentiejaar 2010 zijn alleen in een blauw kader aangeduid wanneer er in de grafiek slechts de evolutie van één variabele wordt weergegeven.

5.1 Stads- en buurtonderhoud: een goed onderhouden publieke ruimte

5.1.1 Properheid stad en straat

Elke golf stellen we de vraag hoe proper de respondenten de stad en hun straat vinden tijdens de laatste maand. De volgende grafiek toont aan dat mensen hun eigen straat meestal redelijk of erg proper vinden (ca. 72%), maar ze staan iets minder positief tegenover de properheid van de stad (ca. 60%). In 2010 vond slechts 57% van de respondenten de stad proper, dus er is wat betreft mening over propere stad een kleine verbetering merkbaar.

Grafiek 91 Mening over properheid stad en straat, 2010, 2011 en 2012

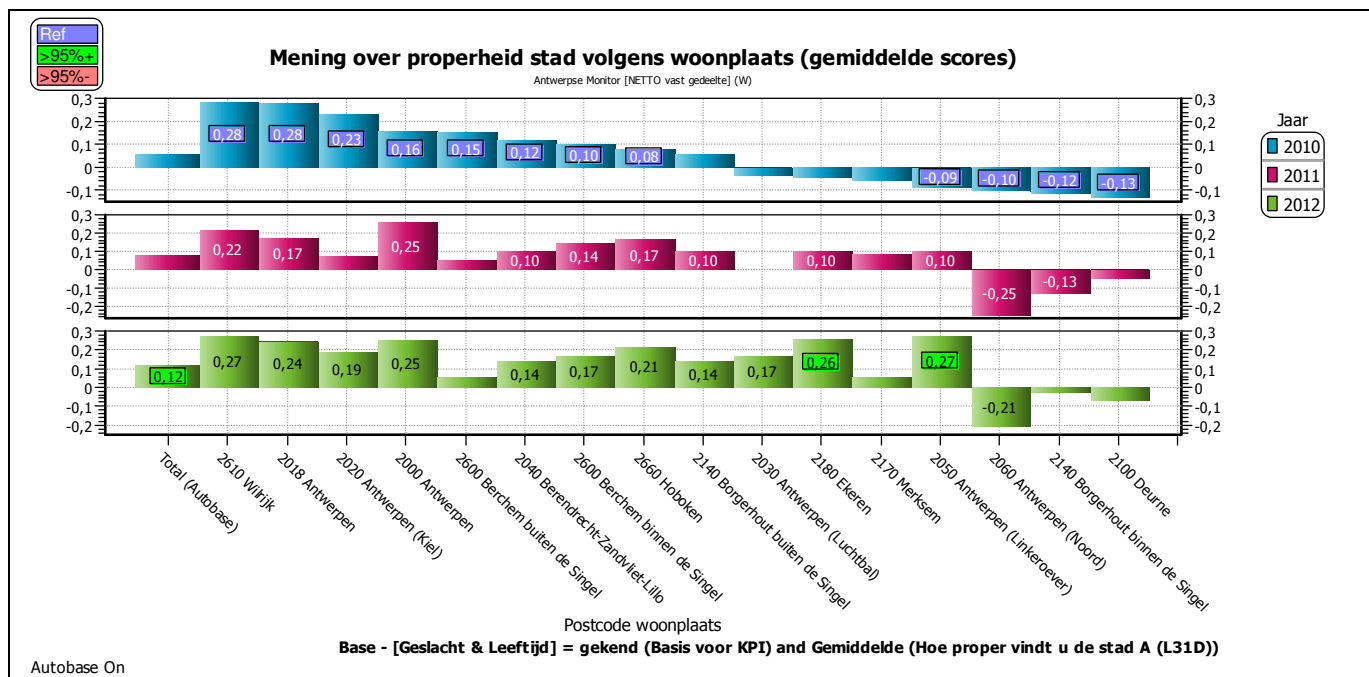


Wanneer de postcode van de woonplaats in rekening wordt gebracht, zien we duidelijke verschillen. We geven de gemiddelde scores per postcode en rangschikken ze aflopend volgens de score. Die varieert tussen -2 (*helemaal niet proper*) en 2 (*erg proper*).

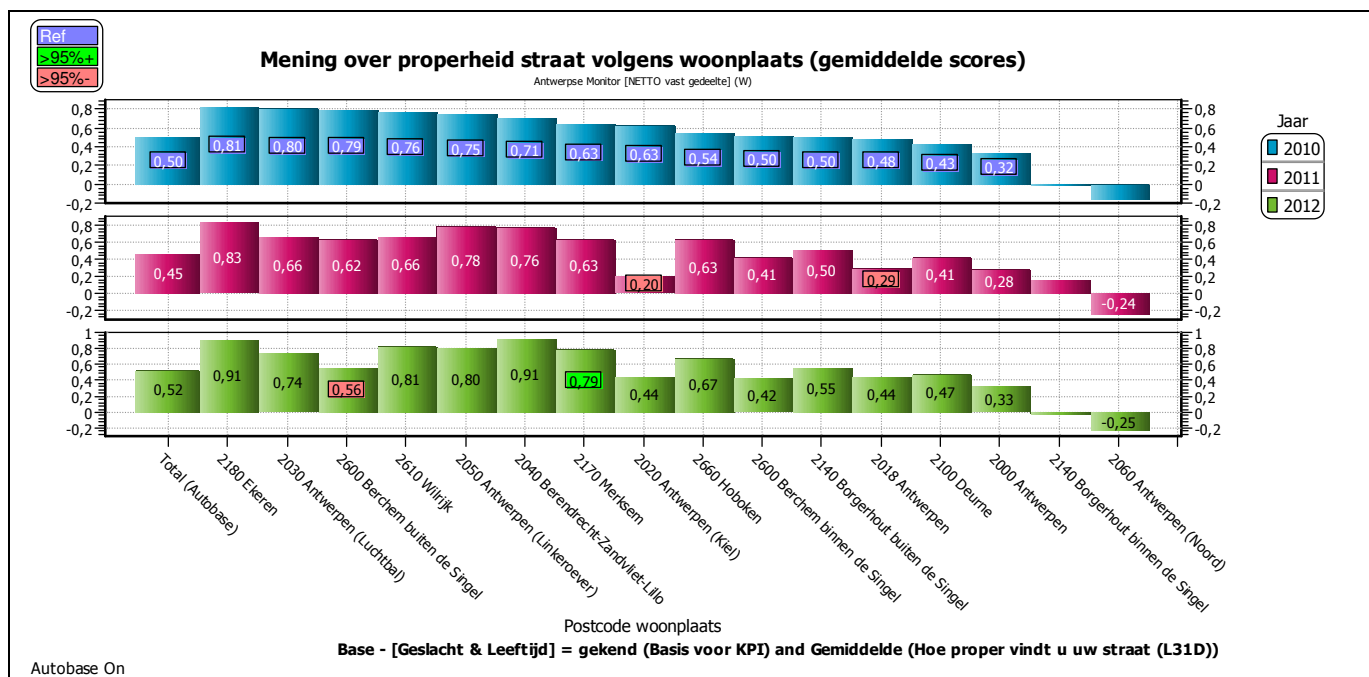
Wat de mening over de properheid van de stad betreft, stellen we vast dat de gemiddelde score gestegen is ten opzichte van 2010. Vooral in Deurne en Antwerpen (Linkeroever) is er een significante verbetering.

De properheid van de straat gaat erop vooruit in Merksem en gaat erop achteruit in Berchem buiten de Singel.

Grafiek 92 Mening over properheid stad volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



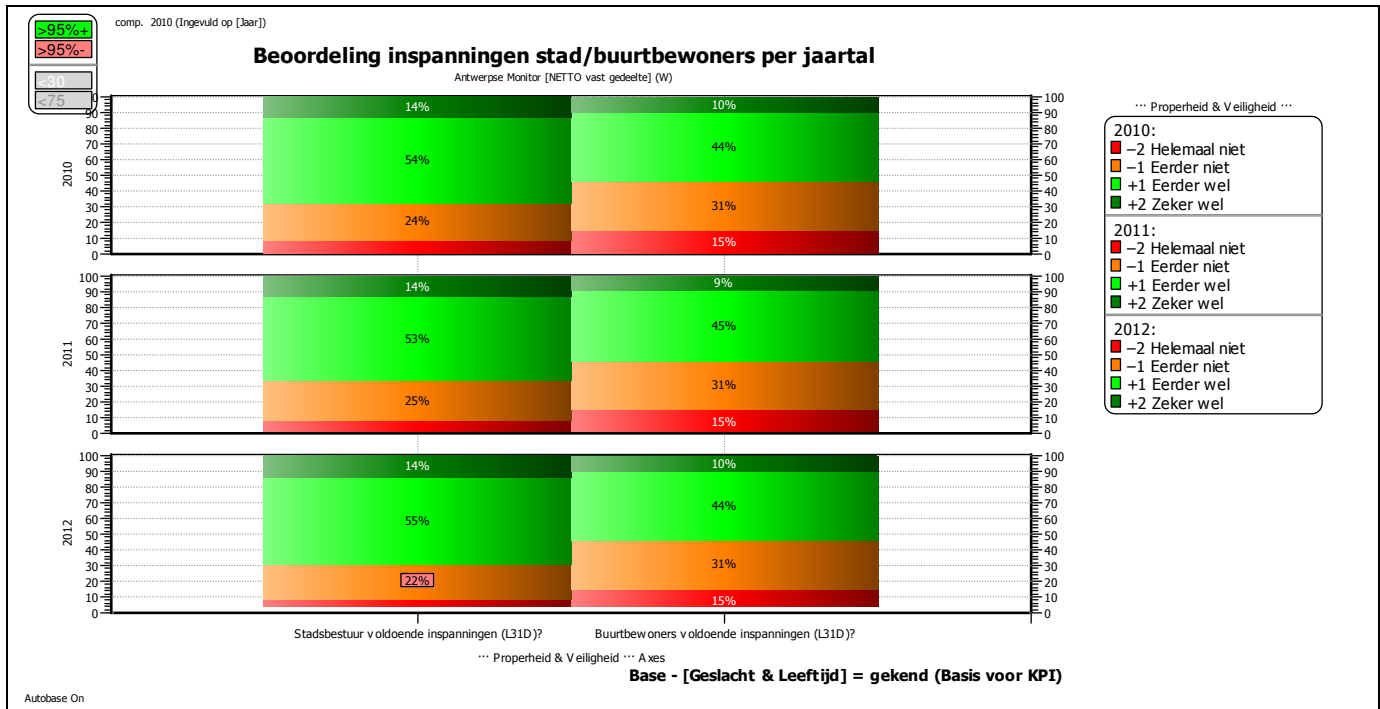
Grafiek 93 Mening over properheid straat volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



5.1.2 Inspanning stadsbestuur en inwoners laatste maand met betrekking tot properheid straat

Bijna 70% van de respondenten is positief over de inspanning van het stadsbestuur voor de properheid van de straten. Over de inspanningen van de buurtbewoners is slechts 54% positief. Deze percentages blijven redelijk stabiel over de verschillende jaren heen.

Grafiek 94 Voldoende inspanning stadsbestuur en buurtbewoners voor propere straten, 2010, 2011 en 2012



5.2 Veiligheid

We vatten het thema veiligheid in dit rapport ruim op. We behandelen verkeersveiligheid, het ondervinden van overlast, de perceptie i.v.m. het risico op slachtofferschap, het contact met de wijkagent en het algemene onveiligheidsgevoel. Overlast vatten we in zeer ruime betekenis op: overlast veroorzaakt in het verkeer, overlast door schending van de integriteit van het individu en overlast door schending van private of publieke eigendom. Geluidsoverlast als thema is in de vergelijking tussen 2010 en 2011 niet opgenomen. In 2010 werd de respondenten gevraagd naar de geluidsoverlast die ze hebben ondervonden in het algemeen. Vanaf 2011 werd de vraag in twee delen opgesplitst: geluidsoverlast door het verkeer en geluidsoverlast door de burens.

5.2.1 Verkeersveiligheid

Voor de contextuele bespreking van het thema mobiliteit van de Antwerpse monitor verwijzen we naar het hoofdstuk wonen in dit rapport.

Onaangepaste snelheid van het verkeer in de straat en agressief gedrag in het verkeer zijn de belangrijkste items uit de lijst van buurtproblemen: 60% van de respondenten meent de laatste maand

last te hebben gehad van onaangepaste snelheid van het verkeer en de helft zegt geconfronteerd te zijn geweest met agressief verkeersgedrag.

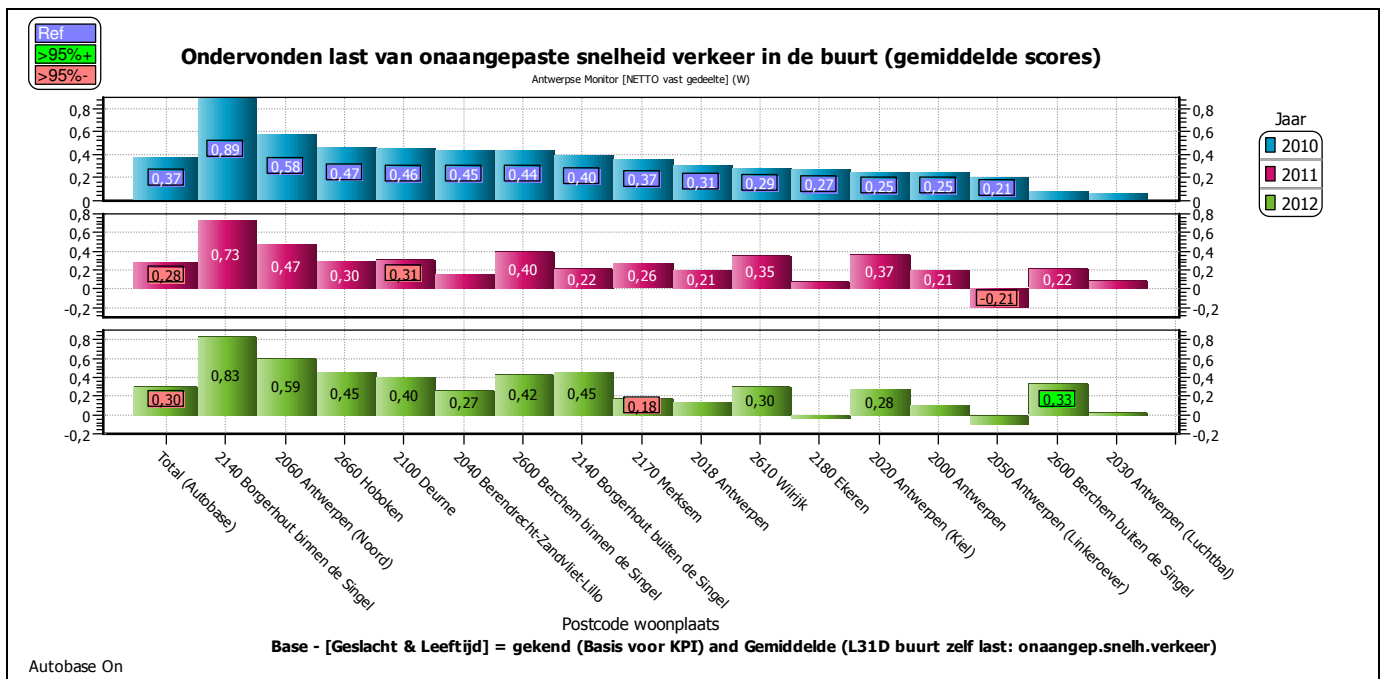
Grafiek 95 Ondervonden last van verkeersoverlast in de buurt tijdens afgelopen maand, 2010, 2011 en 2012



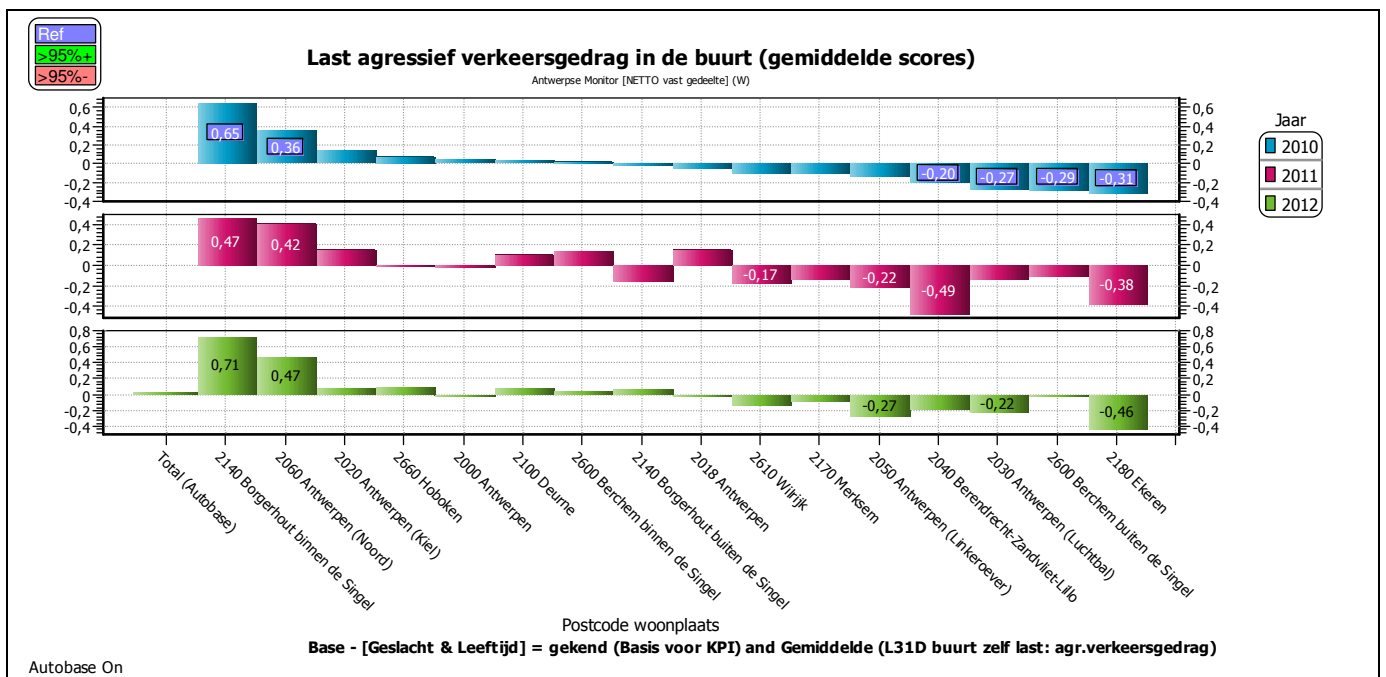
De ervaren overlast van verkeer (snelheid en agressie) is significant hoger voor Antwerpen Noord en Oud-Borgerhout. Vergeleken met 2010 wordt er in Merksem minder last ervaren van verkeerssnelheid, maar in Berchem buiten de Singel zien we een negatieve evolutie.

De ervaren overlast van agressie in het verkeer is in 2012 niet significant gewijzigd ten opzichte van 2010.

Grafiek 96 Ondervonden last van onaangepaste snelheid verkeer in de buurt, 2010, 2011 en 2012

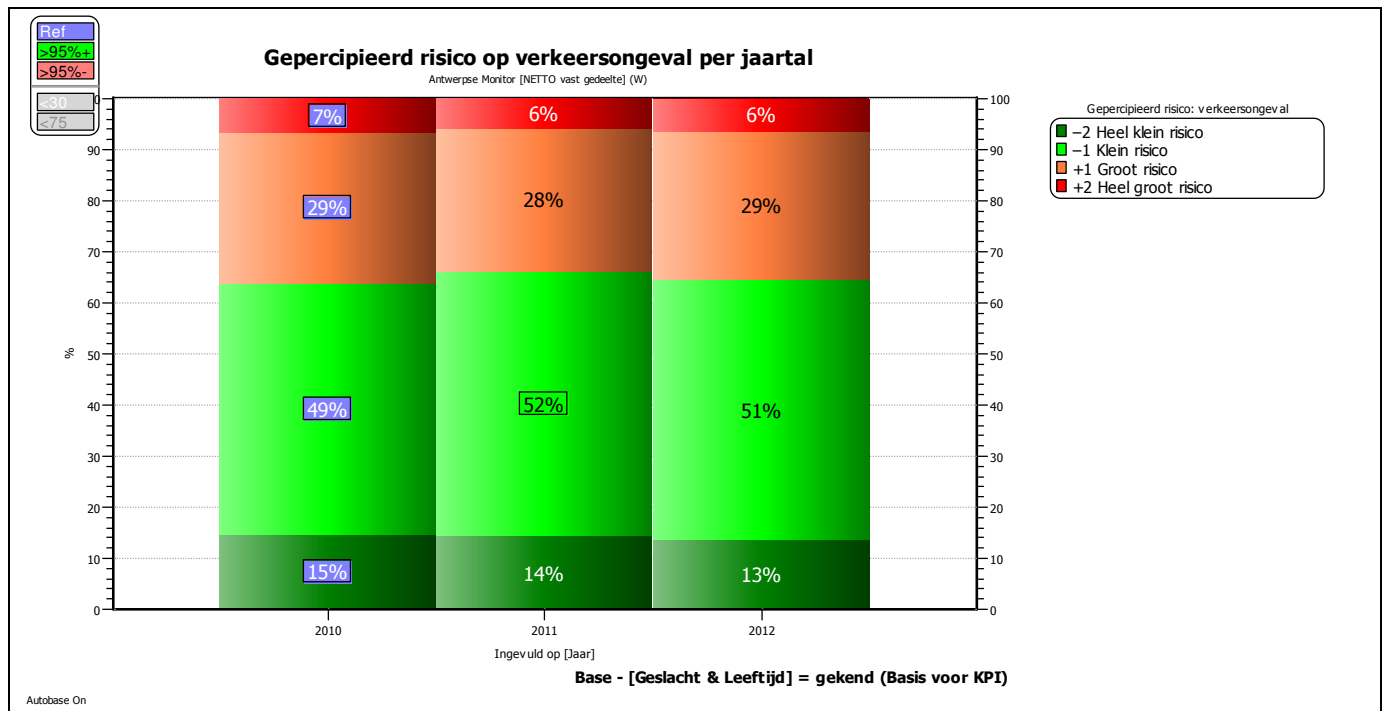


Grafiek 97 Ondervonden last van agressief verkeersgedrag in de buurt, 2010, 2011 en 2012



Het gepercipieerd risico om slachtoffer te zijn van een verkeersongeval bedraagt om en bij de 35%.

Grafiek 98 Gepercipieerd risico op een verkeersongeval, 2010, 2011 en 2012



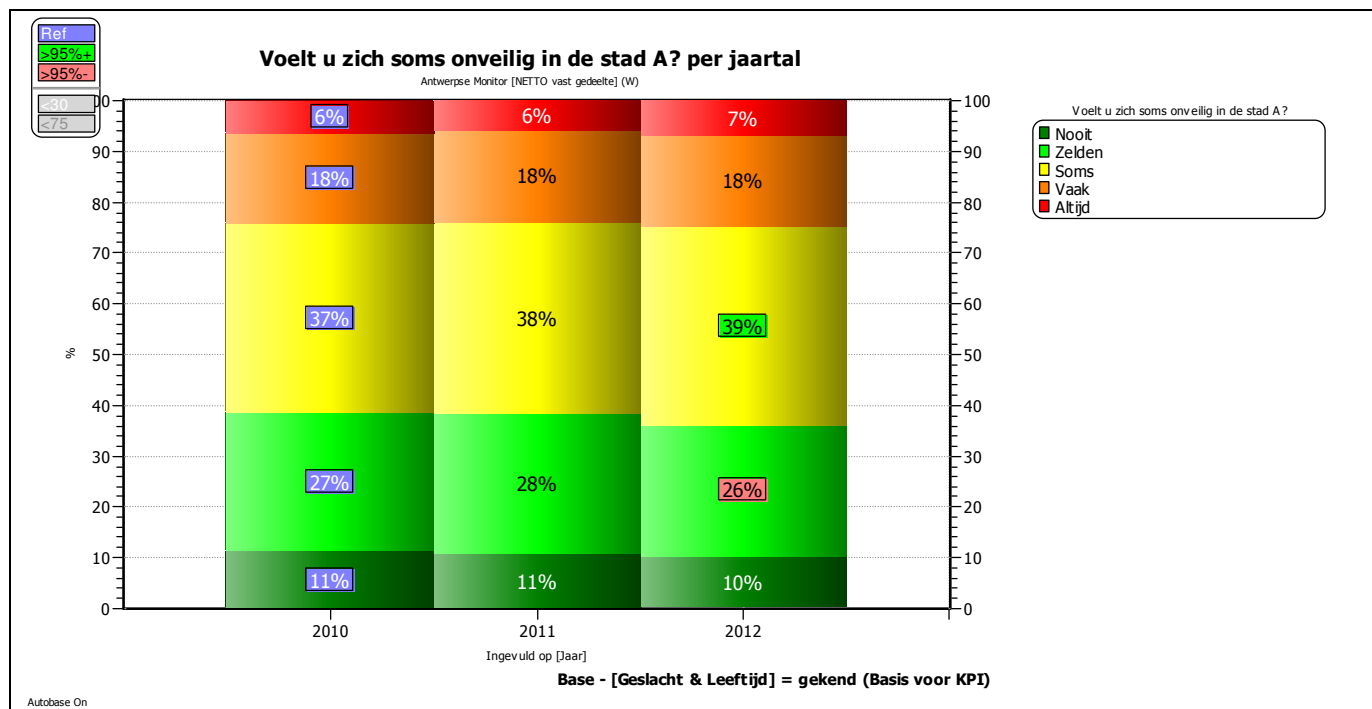
De veiligheid van de fietspaden en de schoolomgeving werd reeds beschreven in hoofdstuk 2 – Een stad om in te wonen.

5.2.2 Subjectief onveiligheidsgevoel, overlast en risico op slachtofferschap.

5.2.2.1 Onveiligheidsgevoel

Eén op vier van de respondenten voelt zich vaak tot altijd onveilig in Antwerpen. Dit percentage blijft over de eerste twee jaren stabiel en in 2012 stijgt het onveiligheidspercentage licht.

Grafiek 99 Onveiligheidsgevoel in de stad, 2010, 2011 en 2012

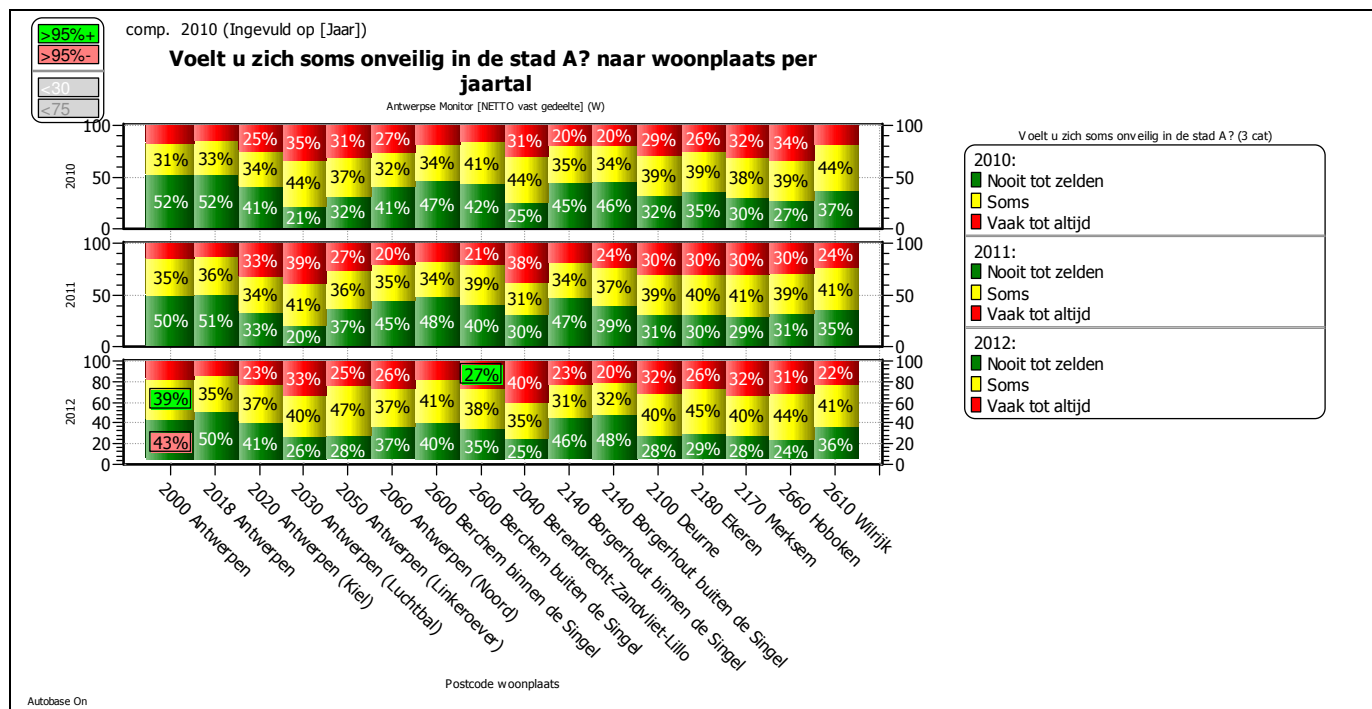


Geografisch zijn er sterke verschillen met betrekking tot het subjectieve onveiligheidsgevoel. In 2010 zien we dat de respondenten van Luchtbal, Hoboken, Merksem, Berendrecht-Zandvliet-Lillo en Antwerpen Linkeroever het vaakst aangeven dat zij zich vaak of altijd onveilig voelen.

In 2011 worden Berendrecht-Zandvliet-Lillo en Antwerpen Luchtbal door de meeste respondenten als onveilig beschouwd.

De veiligste woonplaatsen zijn in de drie jaren Antwerpen 2000 en Antwerpen 2018, maar vergeleken met 2010 is Antwerpen 2000 erop achteruitgegaan qua veiligheidsgevoel. Ook Berchem buiten de Singel doet het slechter.

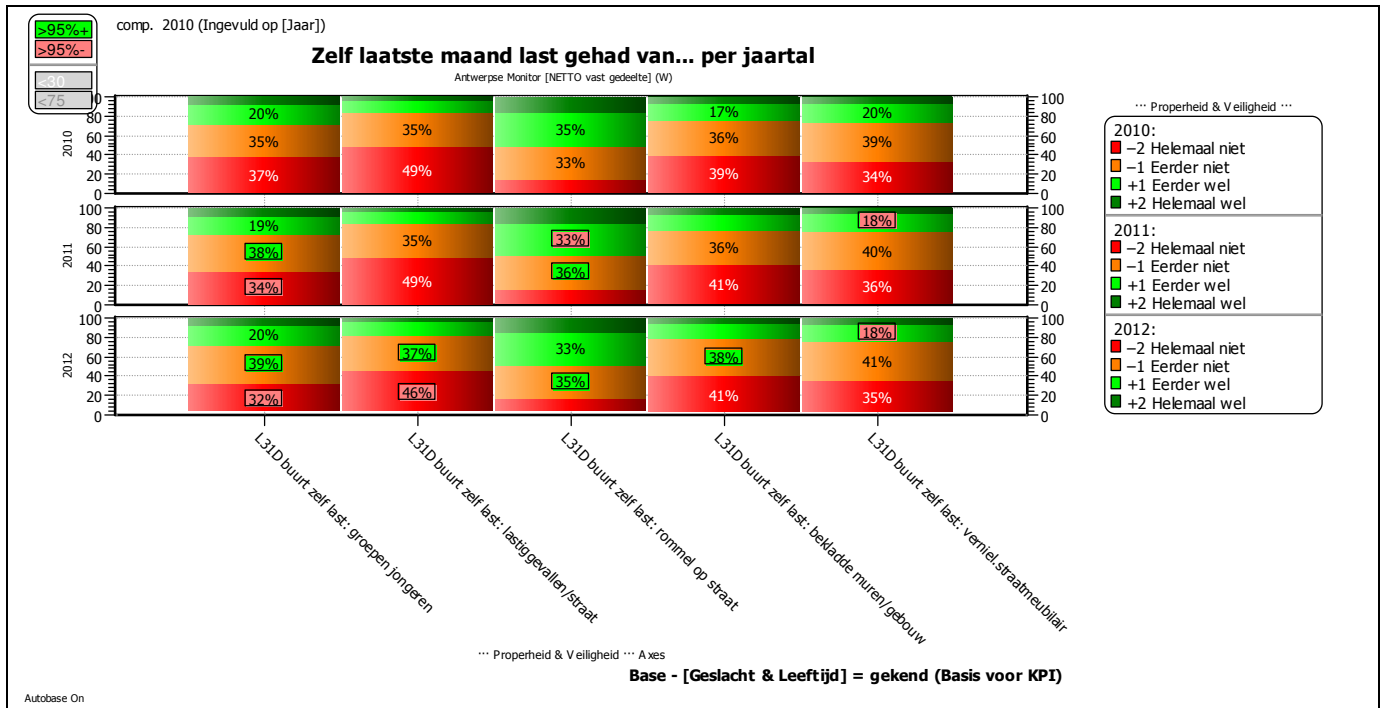
Grafiek 100 Onveiligheidsgevoel in stad volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



5.2.2.2 Overlast

De helft van de respondenten heeft in de maand die vooraf ging aan de bevraging last gehad van rommel op straat. We merken wel dat het aandeel mensen dat eerder geen last had van rommel op straat in 2011 is toegenomen. Van aspecten van vandalisme in de buurt zoals vernieling van straatmeubilair en graffiti heeft ongeveer 25% van de respondenten last. We merken bij beide buurtproblemen een lichte afname (3%) van het aandeel respondenten dat er eerder wel last van heeft gehad ten opzichte van 2010. Tenslotte meldt 16% effectief te zijn lastiggevalen op straat de laatste maand en 27% heeft last gehad van groepen jongeren.

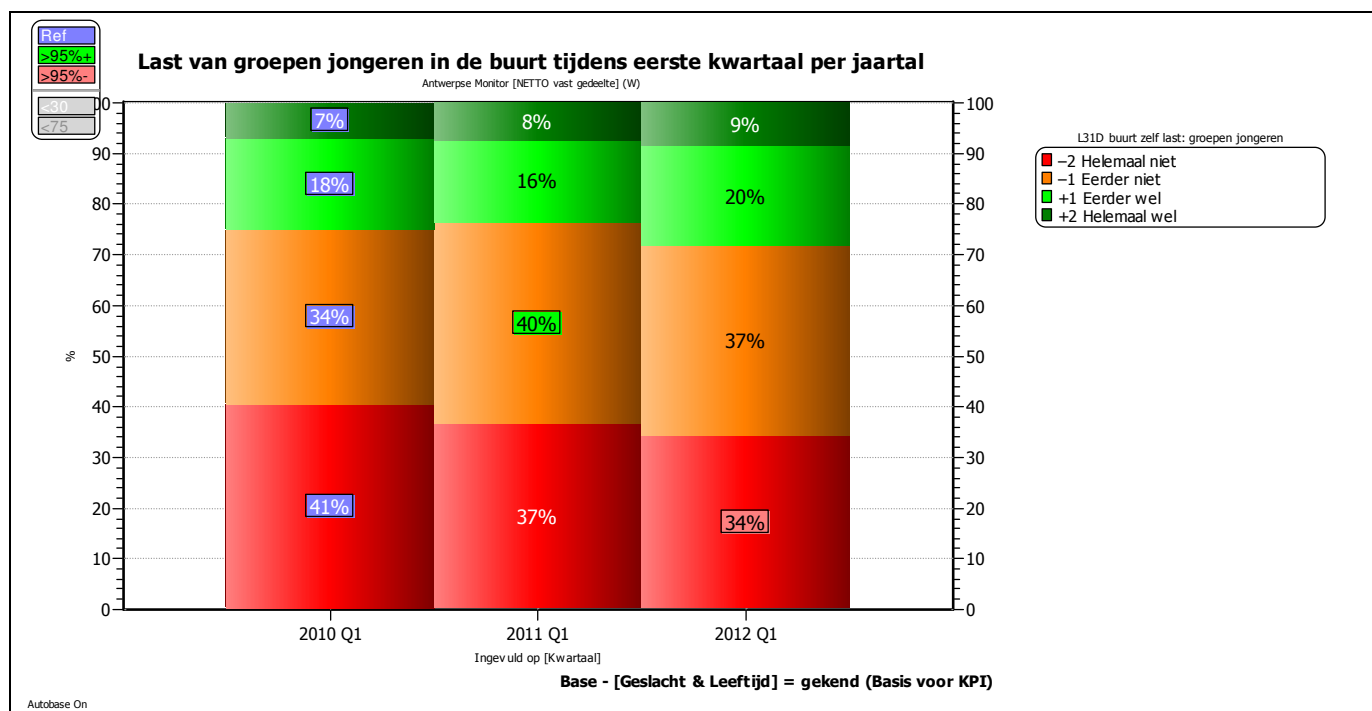
Grafiek 101 Ondervonden overlast in de buurt tijdens afgelopen maand, 2010 en 2011



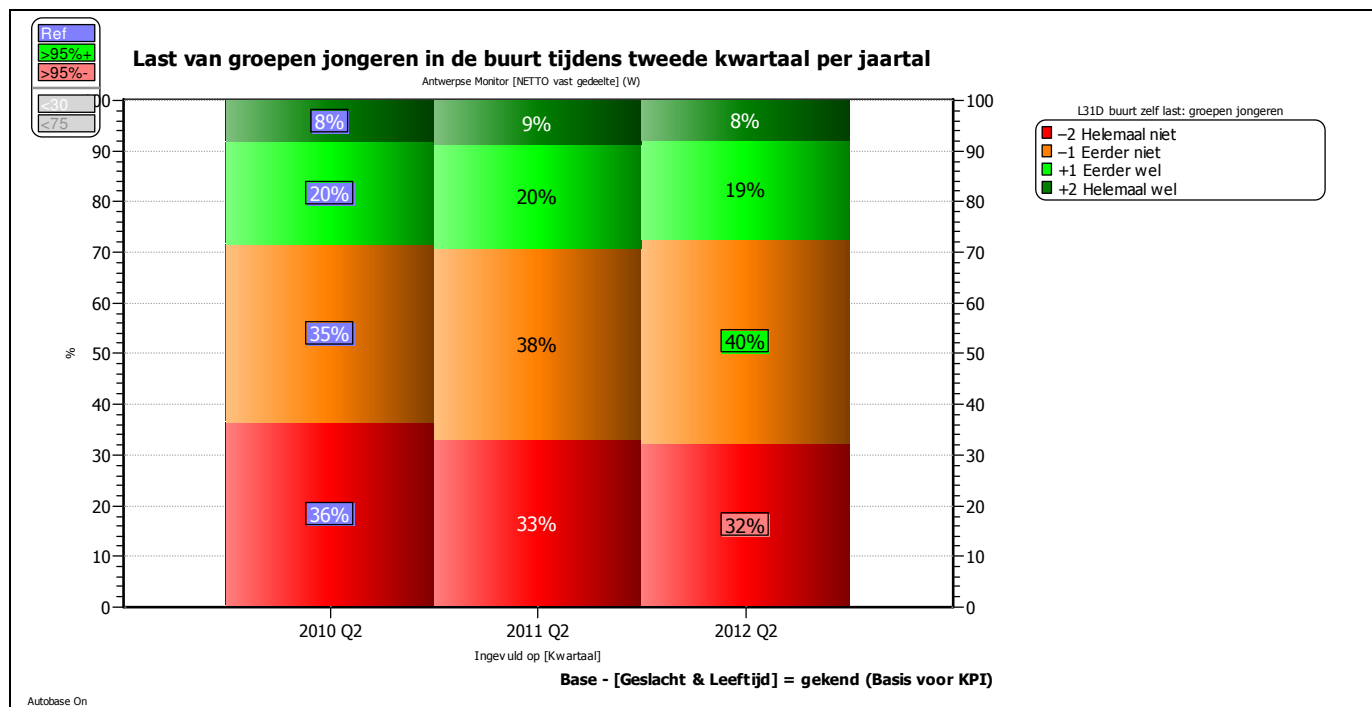
Qua evolutie zien we enkel voor geluidsoverlast en last van jongeren een verschil tussen de kwartalen. Dit wijst ons inziens op een seizoenseffect waarbij er in het voorjaar en zomer meer mensen buiten zijn, er meer activiteit is op het openbaar domein en dergelijke meer. Daarom vergelijken we voor het thema 'last van groepen jongeren' de verschillende kwartalen tussen 2010, 2011 en 2012 in een aparte grafiek. Voor geluidsoverlast wijzigde de vraagstelling in 2011. Hier kunnen we enkel de twee laatste jaren vergelijken. We maken wel de opsplitsing per kwartaal.

Behalve voor wat betreft het tweede kwartaal zien we dat er in 2011 globaal genomen een zeer lichte afname is van het aandeel respondenten dat overlast heeft ondervonden van groepen jongeren in de buurt. Hier zien we ook dat specifiek het aandeel respondenten dat helemaal geen last heeft gehad significant is afgenomen t.o.v. 2010.

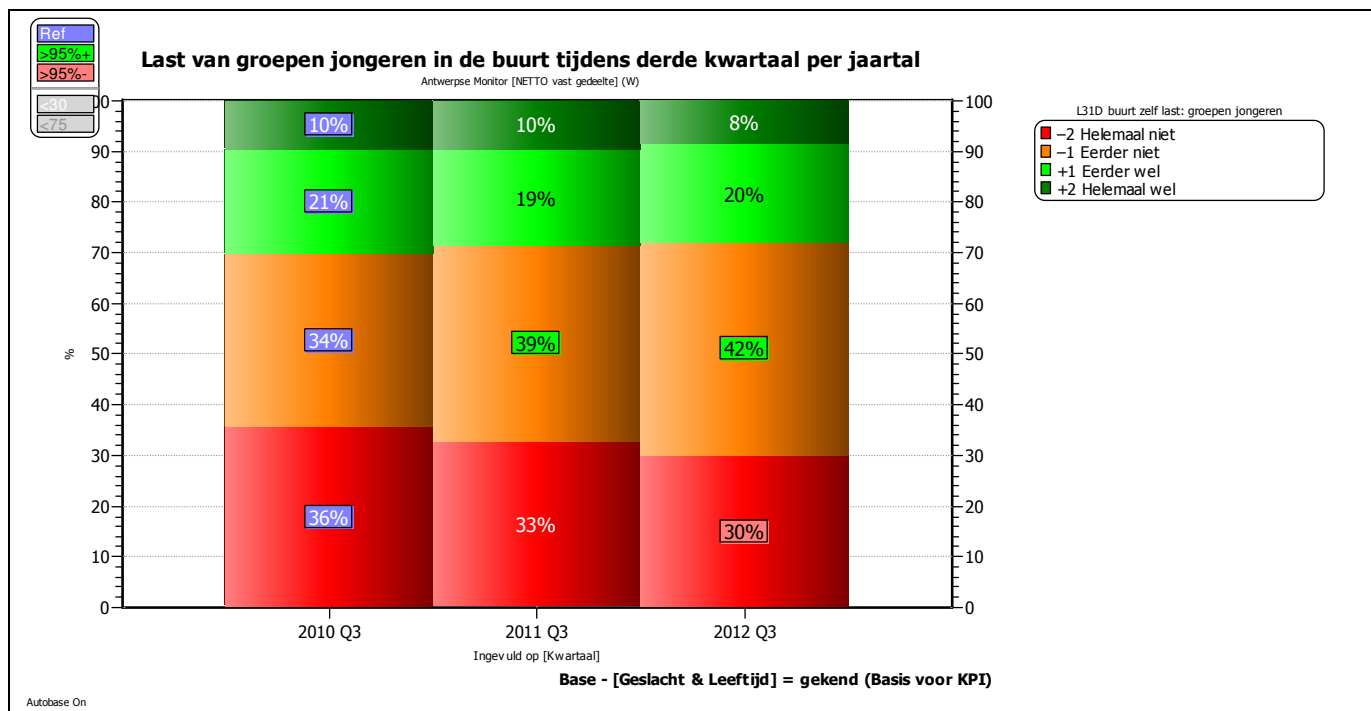
Grafiek 102 Ondervonden overlast van groepen jongeren in de buurt tijdens afgelopen maand, 1^e kwartaal 2010, 2011 en 2012



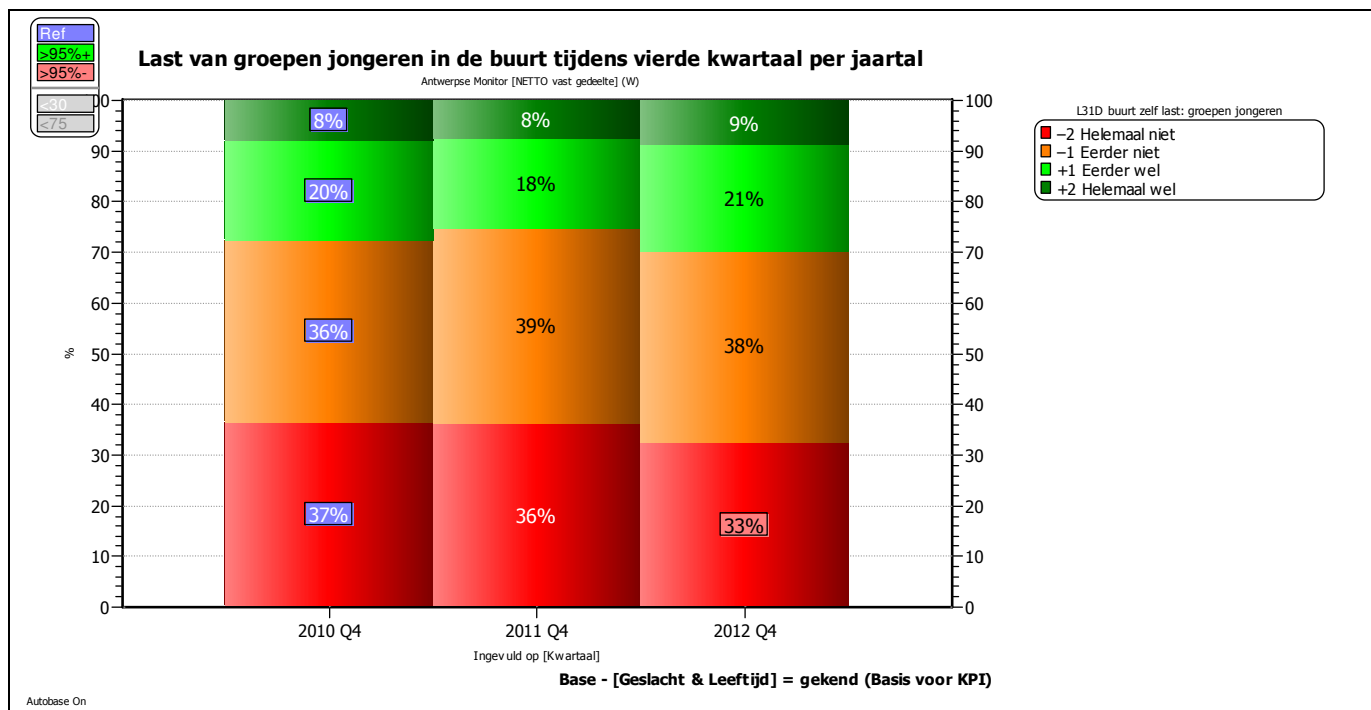
Grafiek 103 Ondervonden overlast van groepen jongeren in de buurt tijdens afgelopen maand, 2^e kwartaal 2010, 2011 en 2012



Grafiek 104 Ondervonden overlast van groepen jongeren in de buurt tijdens afgelopen maand, 3^e kwartaal 2010, 2011 en 2012

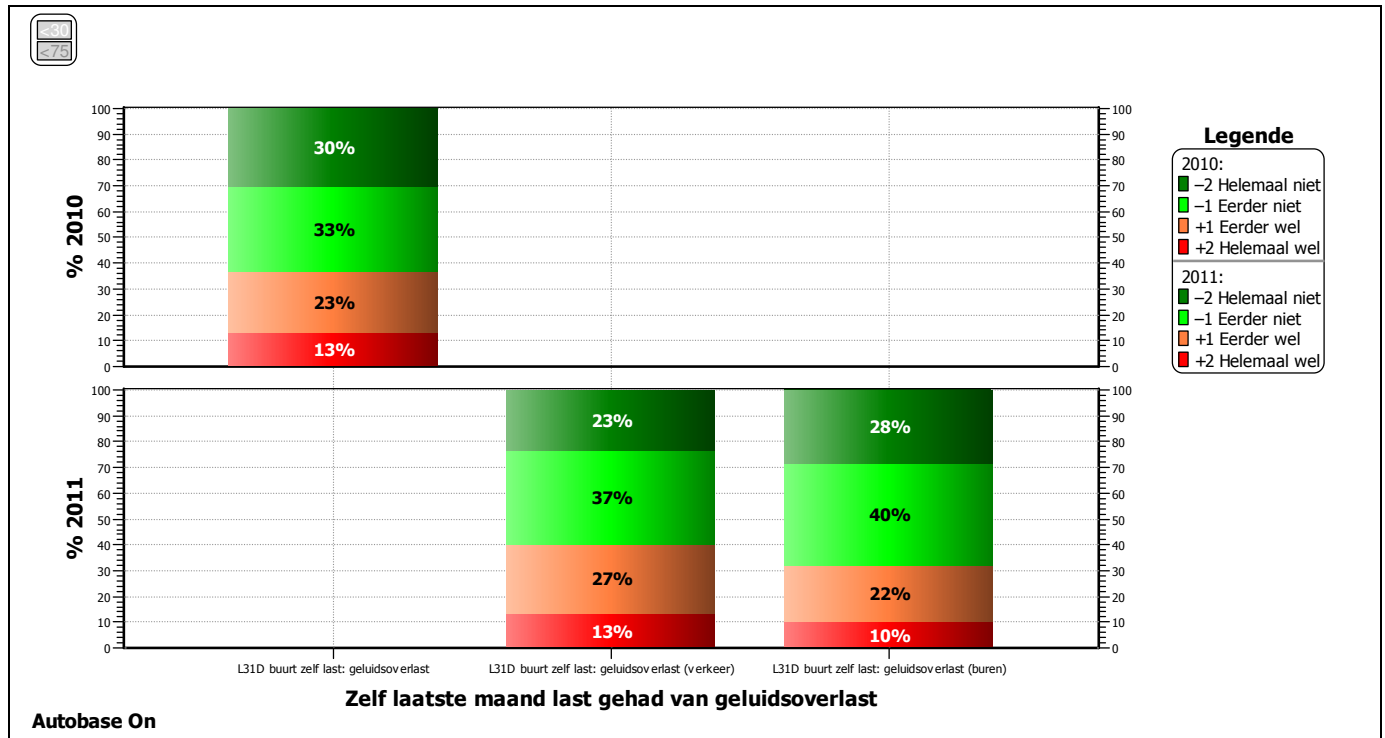


Grafiek 105 Ondervonden overlast van groepen jongeren in de buurt tijdens afgelopen maand, 4^e kwartaal 2010, 2011 en 2012

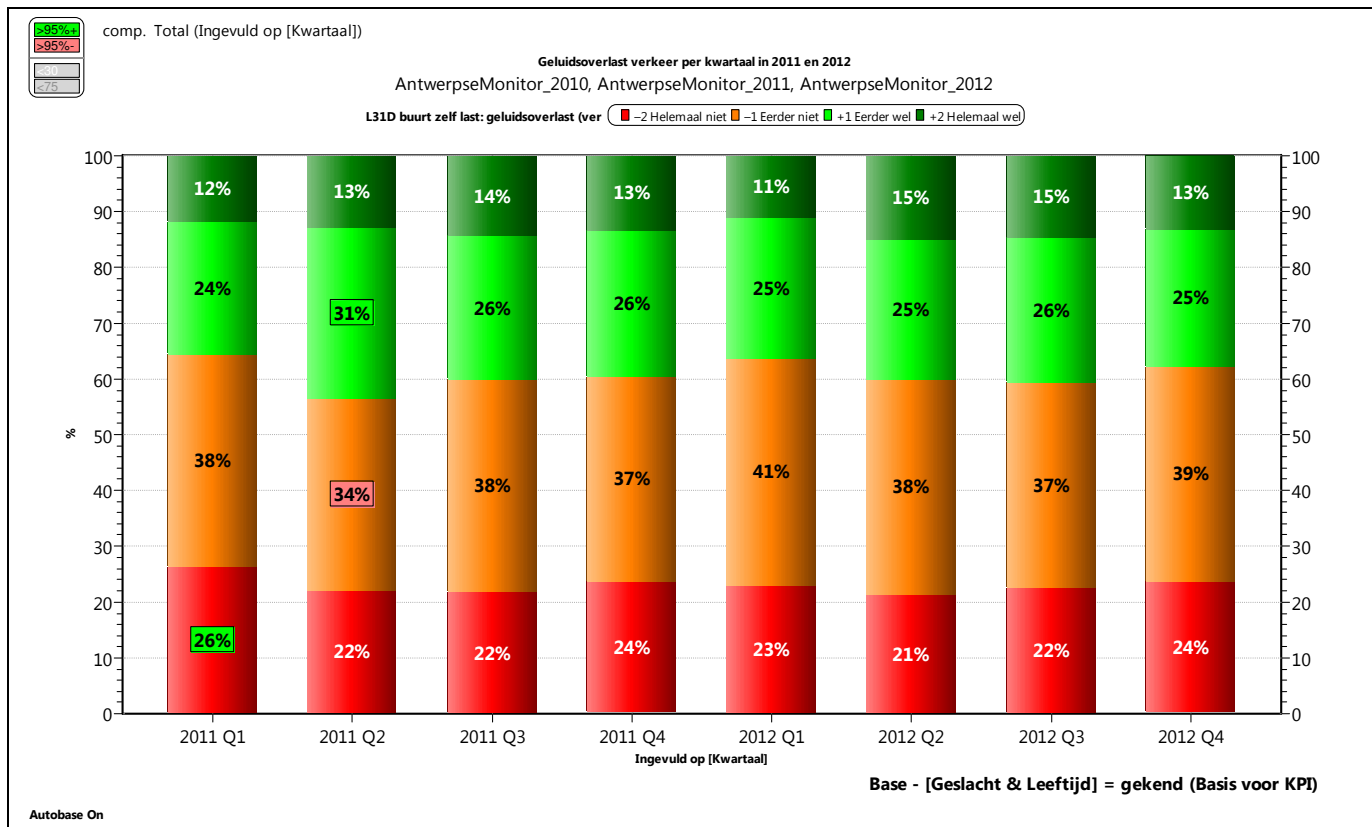


In 2010 had 36% van de respondenten geluidsoverlast ondervonden. In 2011 zien we dat precies 4 op 10 van de respondenten geluidsoverlast heeft gehad van het verkeer en 32% last heeft gehad van luidruchtige burelen. Maar hier kan een vertekening zijn omdat de vraag in 2010 anders werd gesteld. In 2011 werd de vraag naar geluidsoverlast immers opgesplitst naar geluidsoverlast omwille van verkeer en geluidsoverlast omwille van burelen.

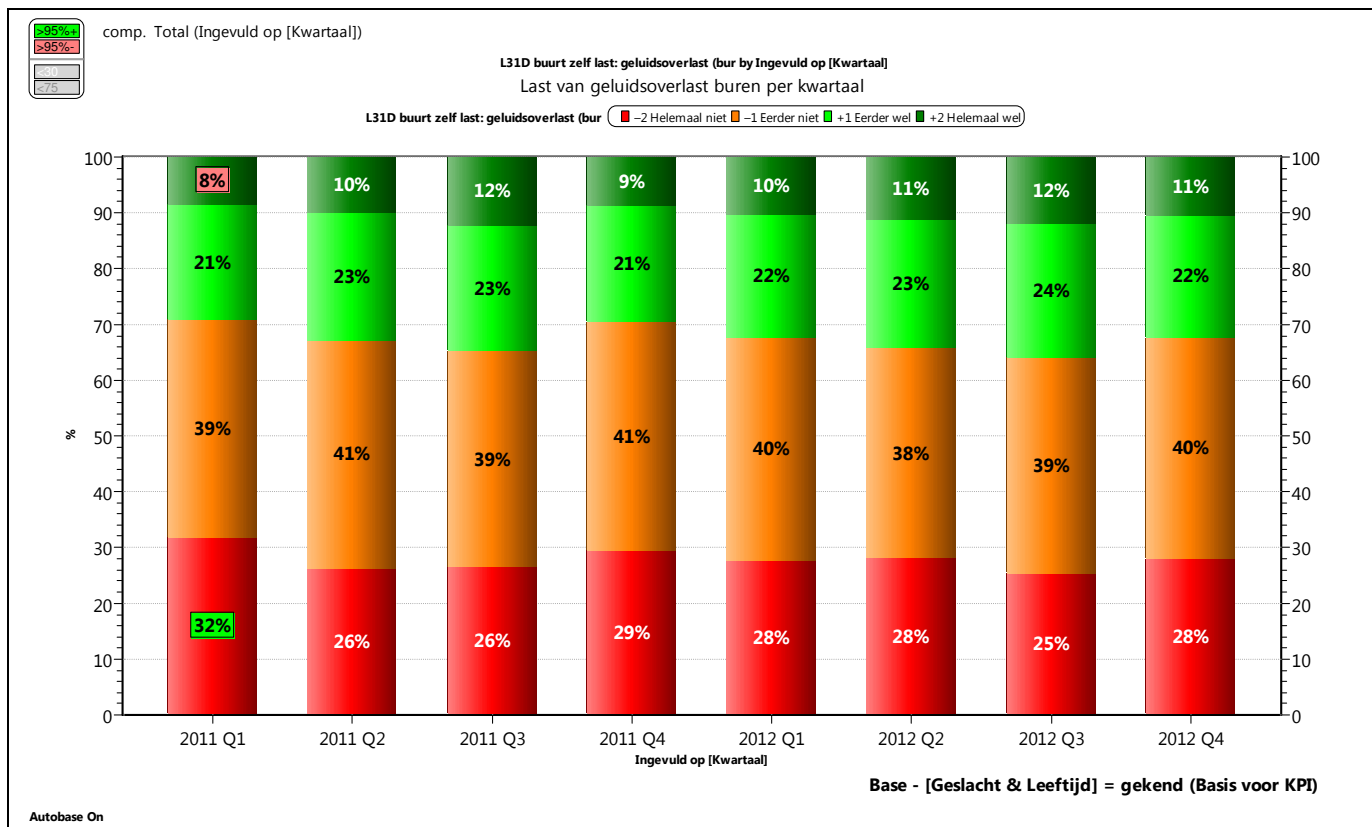
Grafiek 106 Ondervonden geluidsoverlast in de buurt tijdens afgelopen maand, 2010 en 2011



Grafiek 107: Geluidsoverlast verkeer per kwartaal in 2011 en 2012



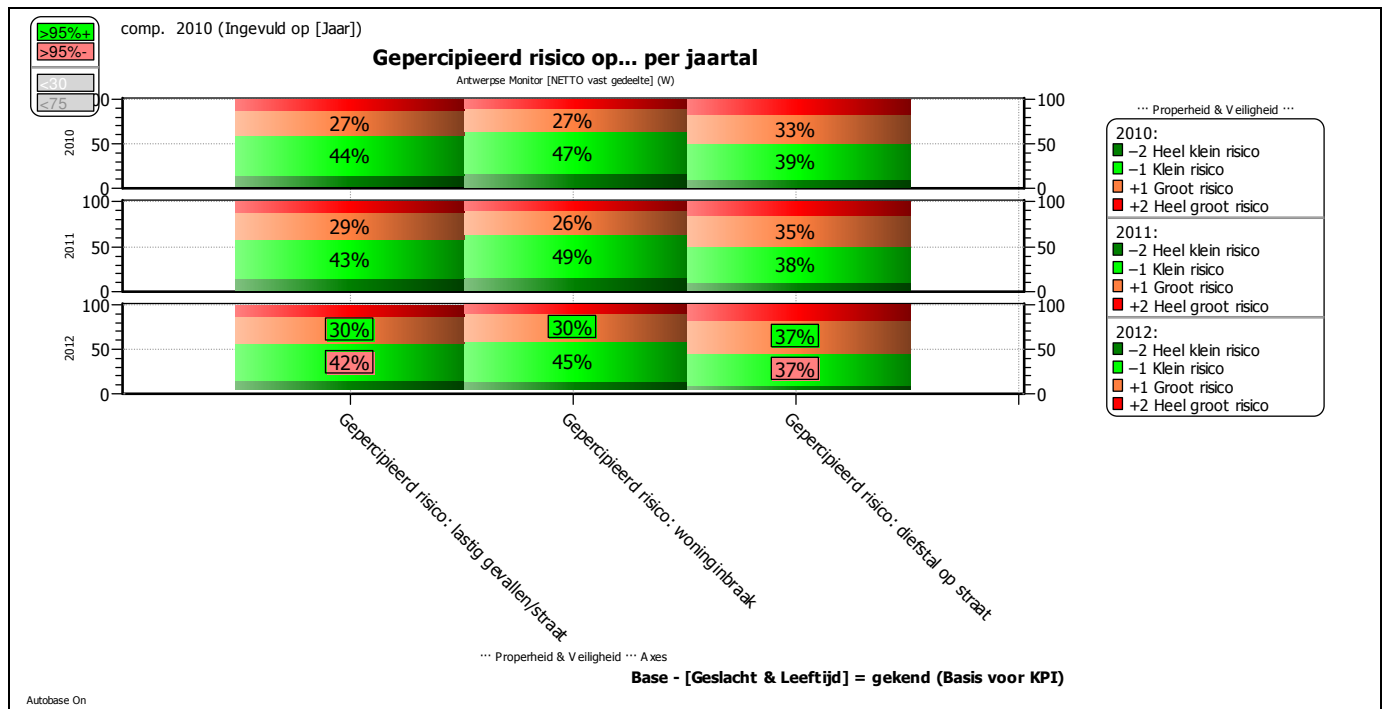
Grafiek 108: Geluidsoverlast burelen per kwartaal in 2011 en 2012



5.2.2.3 Risicoperceptie op slachtofferschap

De risicoperceptie om slachtoffer te worden van een diefstal op straat het volgende jaar in Antwerpen is bijzonder hoog en bedraagt ruim 50% van de respondenten. Lastig gevallen worden op straat wordt door 43% als een groot tot heel groot risico ingeschat en woninginbraak door 36%.

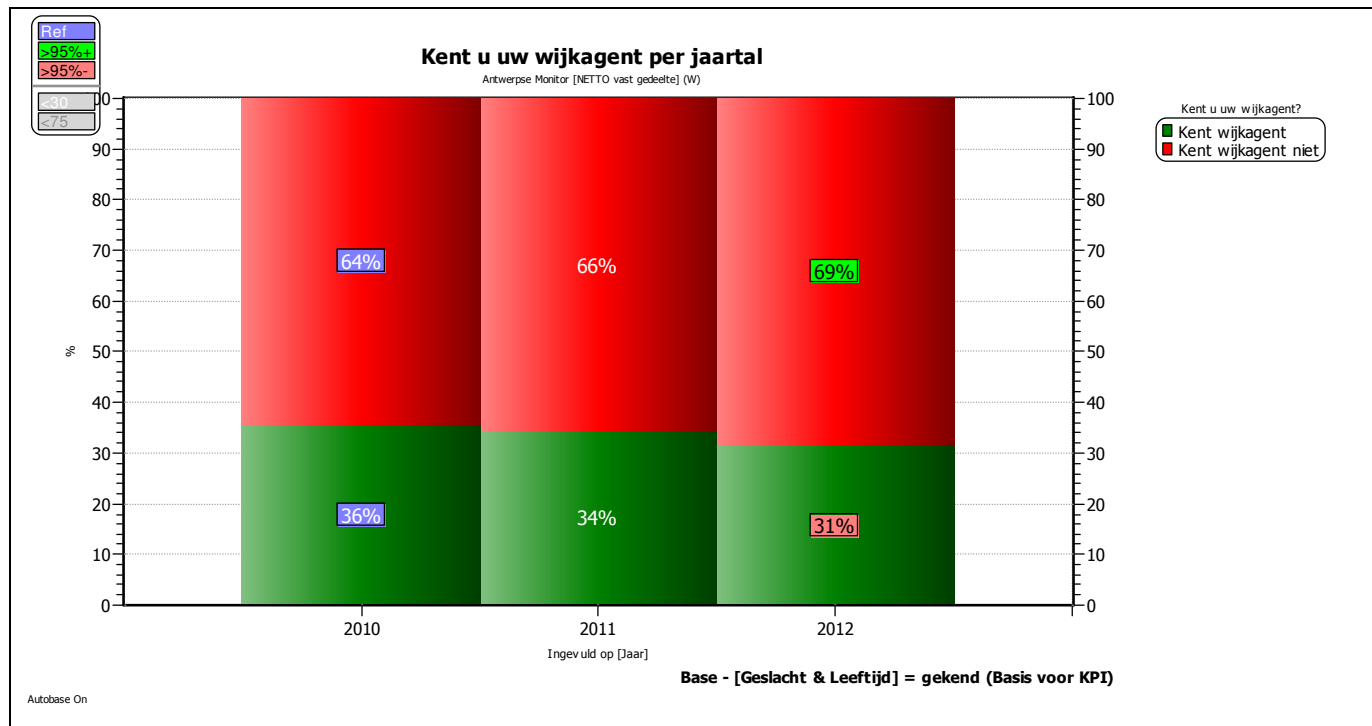
Grafiek 109 Gepercipieerd risico op slachtofferschap inzake ‘lastiggevallen worden op straat’, ‘woninginbraak’ en ‘diefstal op straat’, 2010 en 2011



5.4 Kennis en contact met wijkagent

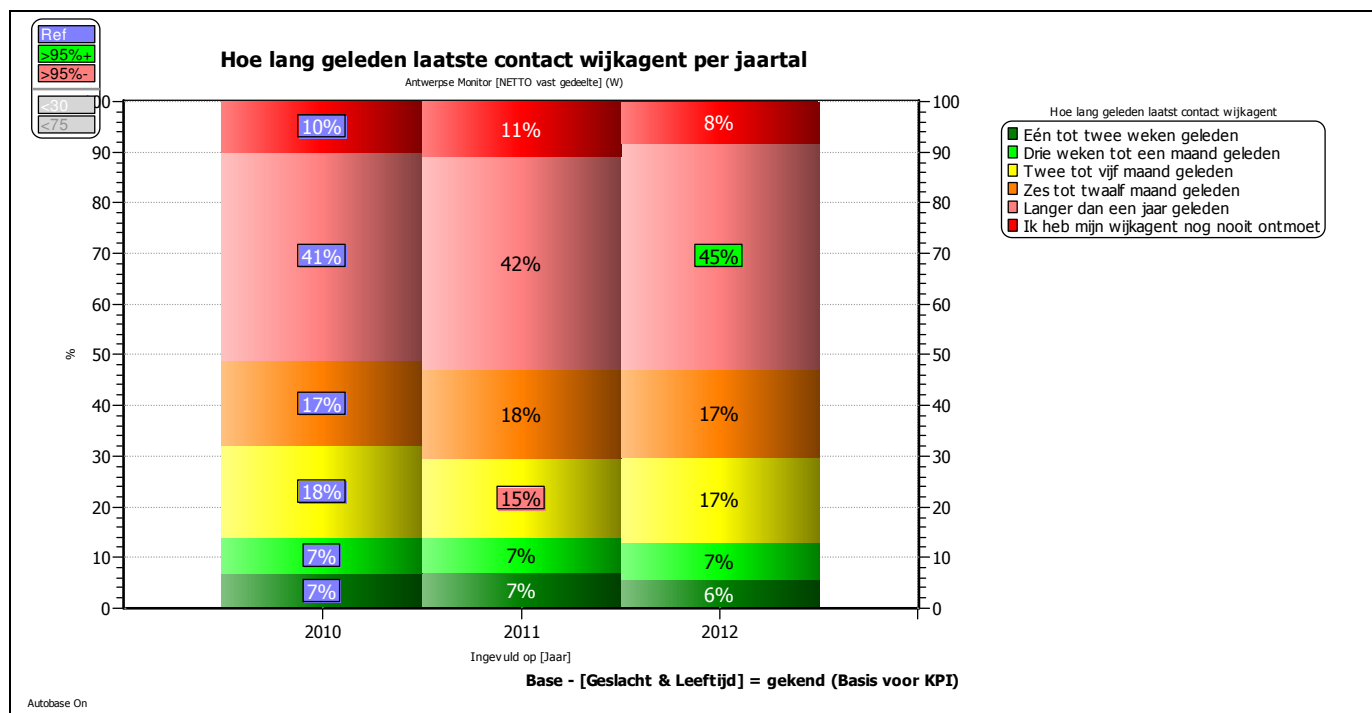
31% van de Antwerpenaren kent de wijkagent. Dit is een daling met 5% ten opzichte van 2010.

Grafiek 110 Kennis van de wijkagent, 2010, 2011 en 2012



Van diegenen die de wijkagent kennen, heeft 30% er minder dan een half jaar geleden contact mee gehad (tegenover 32% in 2010).

Grafiek 111 Hoe lang geleden laatste contact met de wijkagent, 2010 en 2011

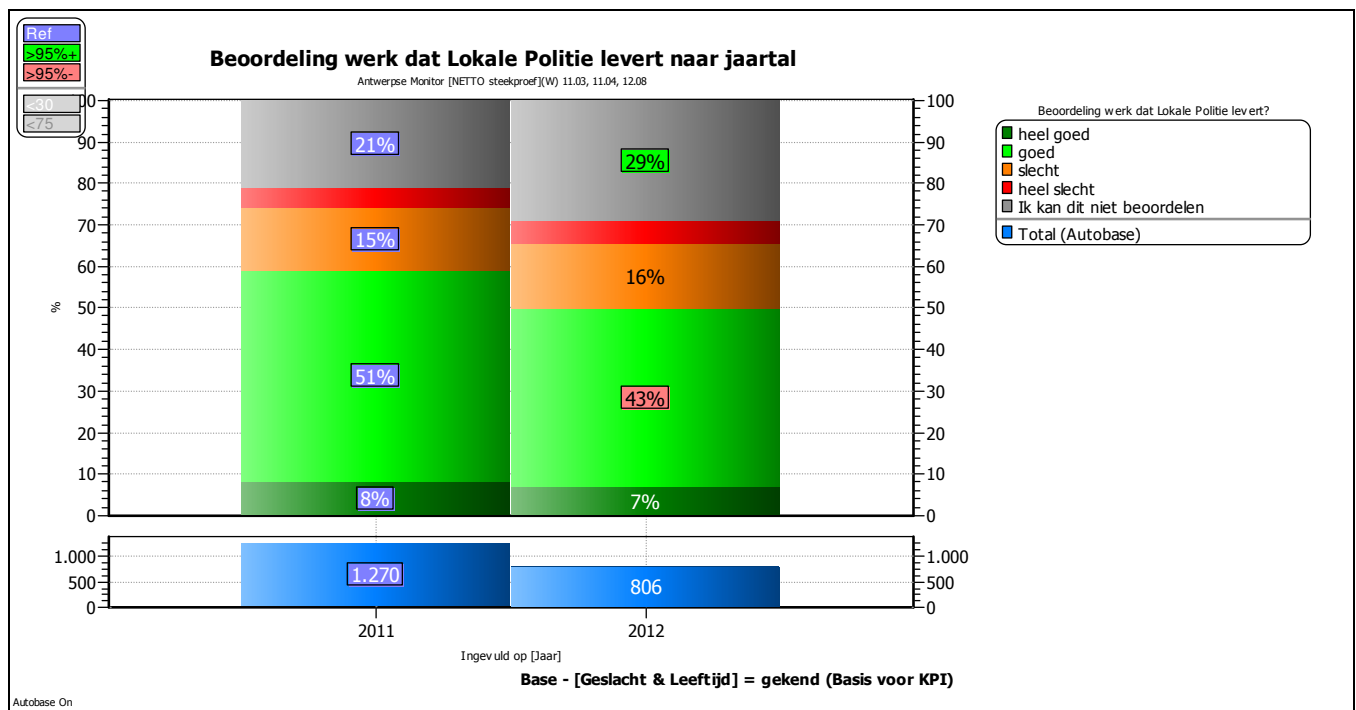


5.5 Evaluatie van de dienstverlening van Lokale Politie Antwerpen

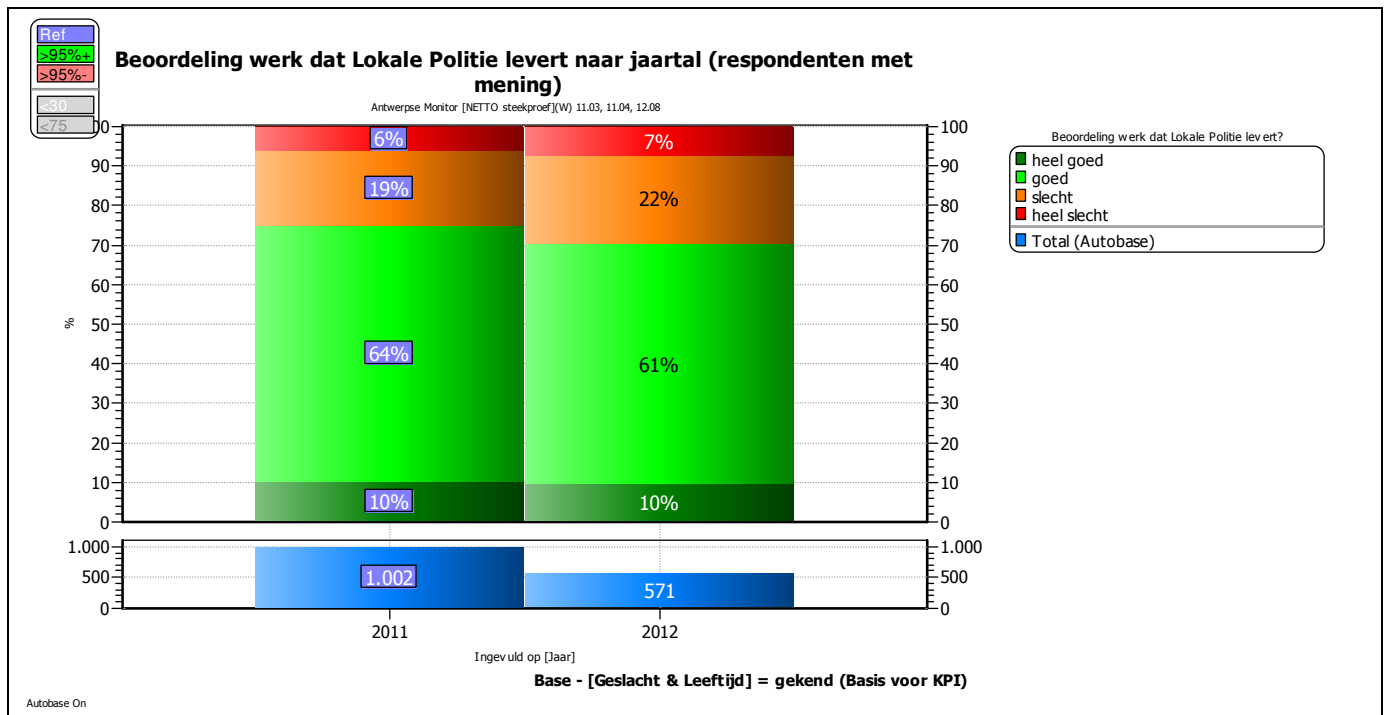
Tijdens golf 3 en 4 van 2011 werden een aantal vragen opgenomen om te peilen naar de appreciatie en perceptie van de dienstverlening van Lokale Politie Antwerpen. In golf 8 van 2012 werden deze vragen herhaald.

Op de vraag hoe goed men het werk vindt dat de Lokale Politie doorgaans levert, zegt 21% in 2011 en 29% van de respondenten in 2012 dit niet te kunnen beoordelen. Wanneer we enkel kijken naar de mensen met een mening, dan zien we dat 74% oordeelt dat de politie goed werk goed levert in 2011 en in 2012 is dat gedaald naar 71%, wat echter geen significant verschil is.

Grafiek 112: algemene beoordeling werk politie in 2011 en 2012



Grafiek 113: algemene beoordeling werk politie (mensen met mening) in 2011 en 2012



Vervolgens peilden we naar het belang van een aantal taken van Lokale Politie. Het is niet echt opmerkelijk dat alle opgesomde taken belangrijk geacht worden door de meerderheid van de respondenten. Toch kunnen we zeggen dat op kop staat 'inbraken en diefstallen ophelderen', op de voet gevolgd door 'iedereen op gelijke voet behandelen'. Het belang van 'betrokkenheid op de wijk' en 'groot inlevingsvermogen' wordt in 2012 hoger ingeschat dan in 2011.

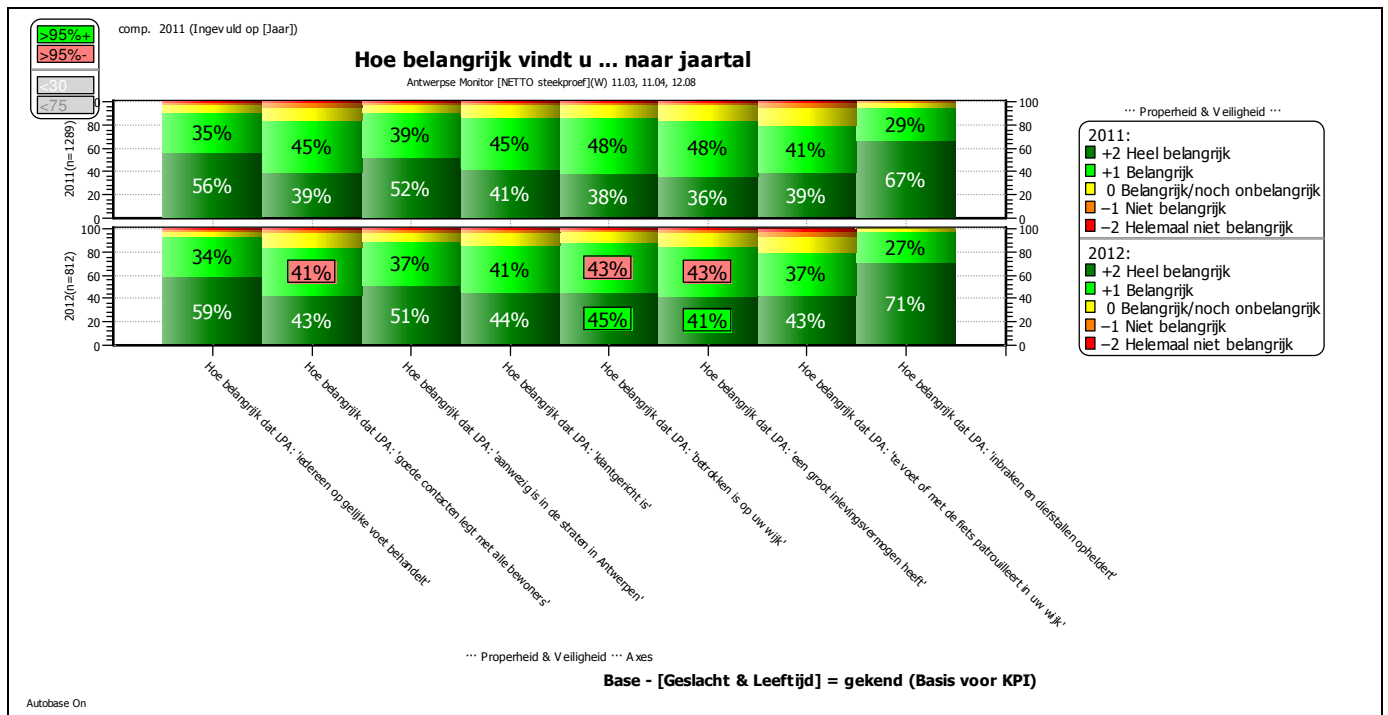
Kijken we naar de mening over hoe goed mensen vinden dat Lokale Politie Antwerpen deze taken uitvoert, dan zien we dat de meningen zeer verdeeld zijn. Aan de hand van de gemiddelden kunnen we stellen dat Lokale Politie Antwerpen volgens de respondenten het beste werk levert voor wat betreft:

- iedereen op gelijke voet behandelen;
- klantgericht zijn;
- aanwezig zijn in de straten in Antwerpen.

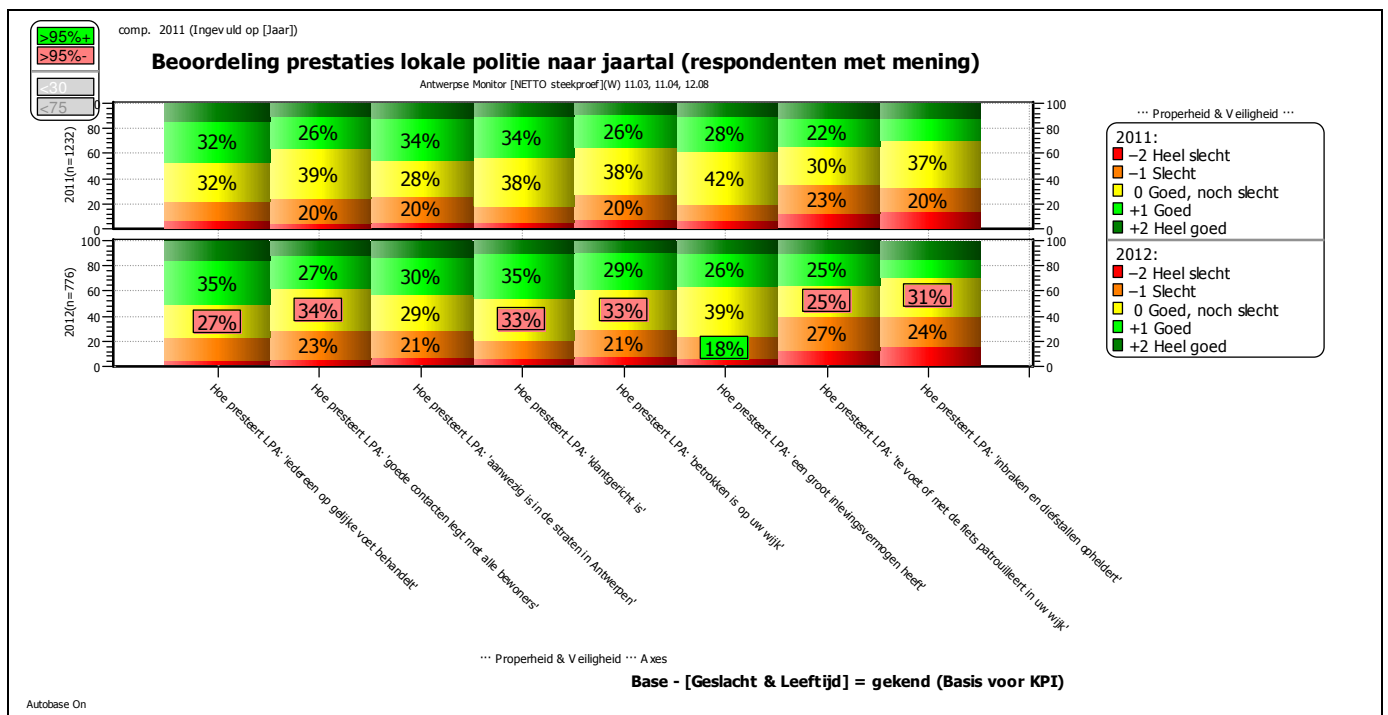
Minder goed worden beoordeeld (scoren onder nul):

- inbraken en diefstallen ophelderen;
- te voet en met de fiets patrouilleren in mijn wijk.

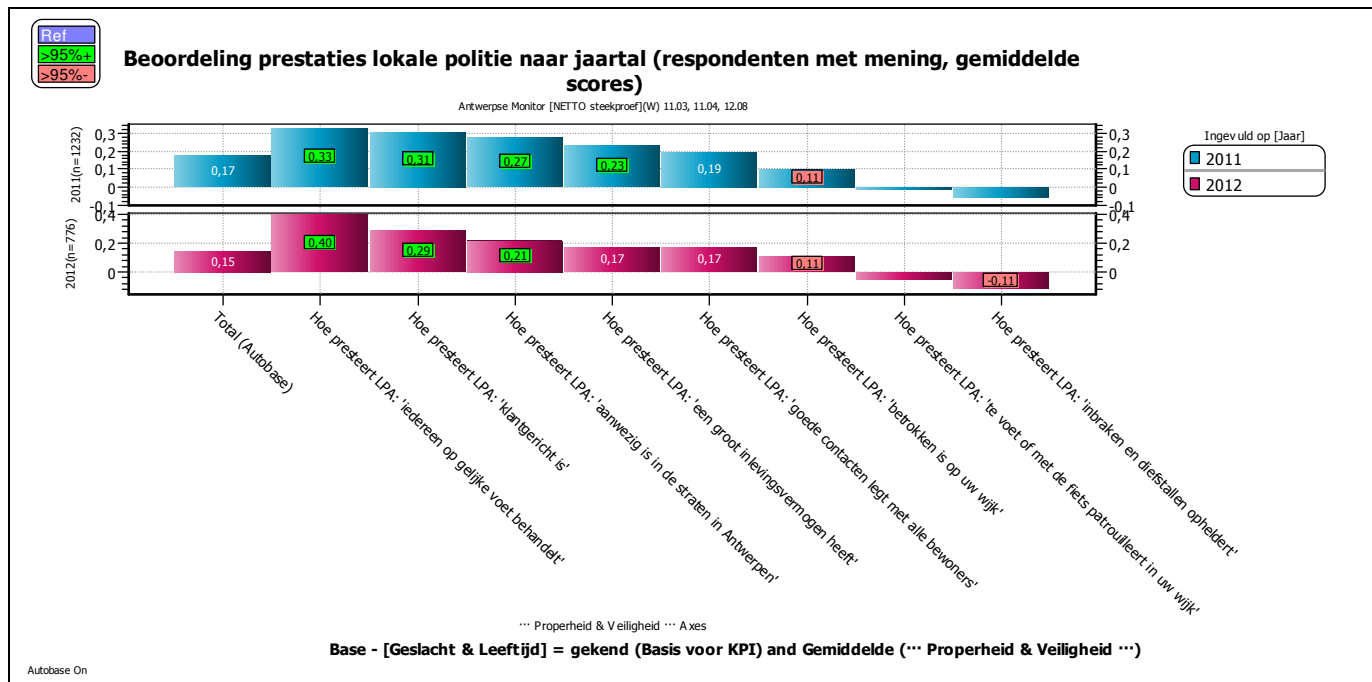
Grafiek 114: belang taken Lokale Politie Antwerpen in 2011 en 2012



Grafiek 115: beoordeling prestaties politie (mensen met mening)

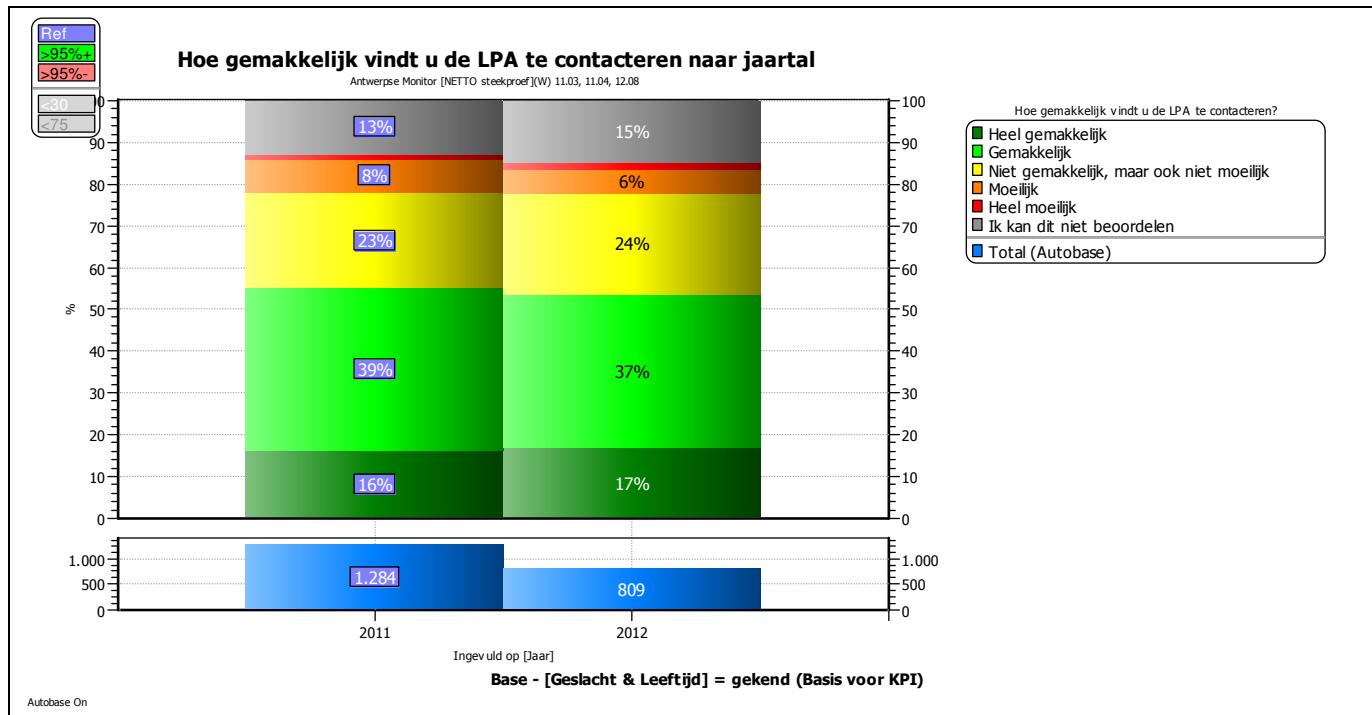


Grafiek 116: beoordeling prestaties politie: gemiddelden

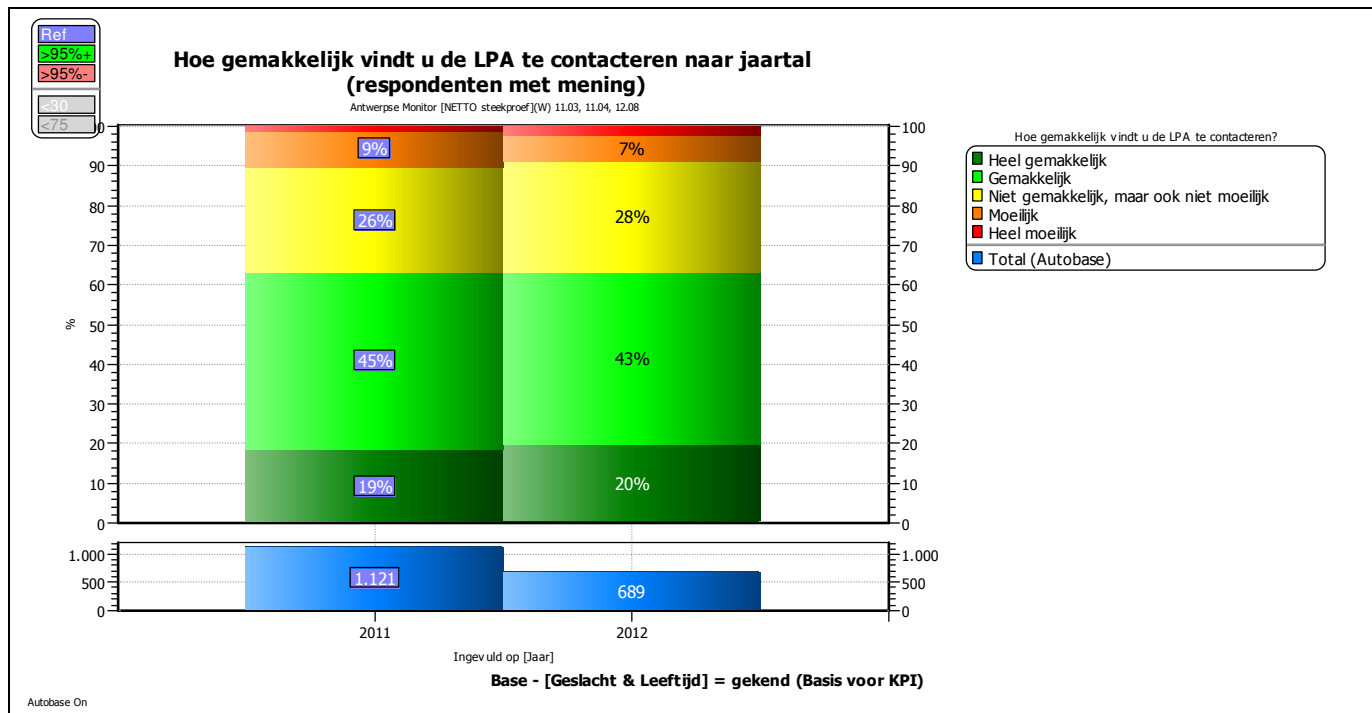


Ten slotte werd gevraagd naar hoe gemakkelijk men de Lokale Politie Antwerpen te contacteren vindt. Opnieuw zien we dat een deel respondenten die niet kan beoordelen (13%). Wanneer we enkel kijken naar de mensen met een mening, dan vindt 64% van de respondenten dat de Lokale Politie Antwerpen gemakkelijk te contacteren is, 26% heeft geen mening en 10% vindt de politie moeilijk te contacteren.

Grafiek 117: contacteerbaarheid lokale politie in 2011 en 2012



Grafiek 118: contacteerbaarheid lokale politie (mensen met mening)



Hoofdstuk 6: Een stad voor en door iedereen

Gekoppelde strategische doelstellingen:

- *MC02: Door zich te profileren als een sterk merk streeft de stad naar een maximale positieve beeldvorming over Antwerpen als de meest aantrekkelijke leefomgeving voor wie er woont, werkt of op bezoek komt.*
- *LSB01: Iedere Antwerpenaar krijgt maximale kansen en stimuli tot toegang naar kwaliteitsvolle gezondheidszorg op maat.*
- *CS02: Antwerpen houdt van sport en iedereen wordt aangezet om het zelf te doen.*
- *SL02: De stad garandeert iedereen een kwaliteitsvolle leefomgeving.*
- *SL03: Iedere Antwerpenaar leert een bekwame stadsburger te zijn.*
- *SL04: Iedere Antwerpenaar kan zijn eigen levensbeschouwing in optimale omstandigheden beleven met respect voor andere Antwerpenaren.*
- *SL06: Harmonieus samenleven in Antwerpen betekent evenwicht tussen dier, mens en omgeving, met respect voor ieders welzijn.*
- *FDSW01: Samen bouwen aan een aantrekkelijke stad.*

In dit hoofdstuk bundelen we o.a. enkele onderwerpen die verwijzen naar de mate waarin burgers zich informeren, geïnformeerd worden en hun betrokkenheid op buurt en stad.

We vergelijken telkens de resultaten van de Antwerpse monitor 2010 met de resultaten van 2011 en 2012. De cijfers van het referentiejaar 2010 zijn alleen in een blauw kader aangeduid wanneer er in de grafiek slechts de evolutie van één variabele wordt weergegeven.

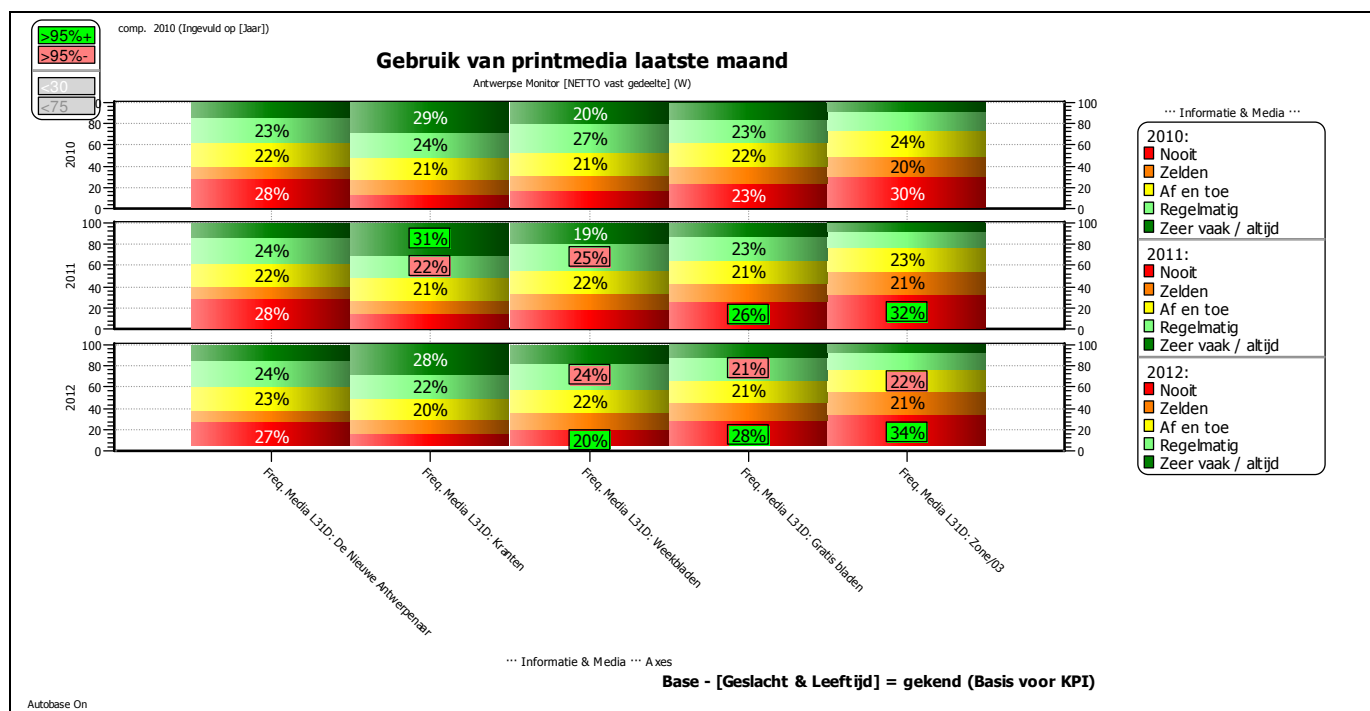
6.1 Context

6.1.1 Mediagebruik

Belangrijke contextinformatie bij dit deel van het rapport is het mediagebruik van de Antwerpenaar. In de Antwerpse monitor vragen we naar de frequentie van gebruik van een aantal media gedurende de laatste maand.

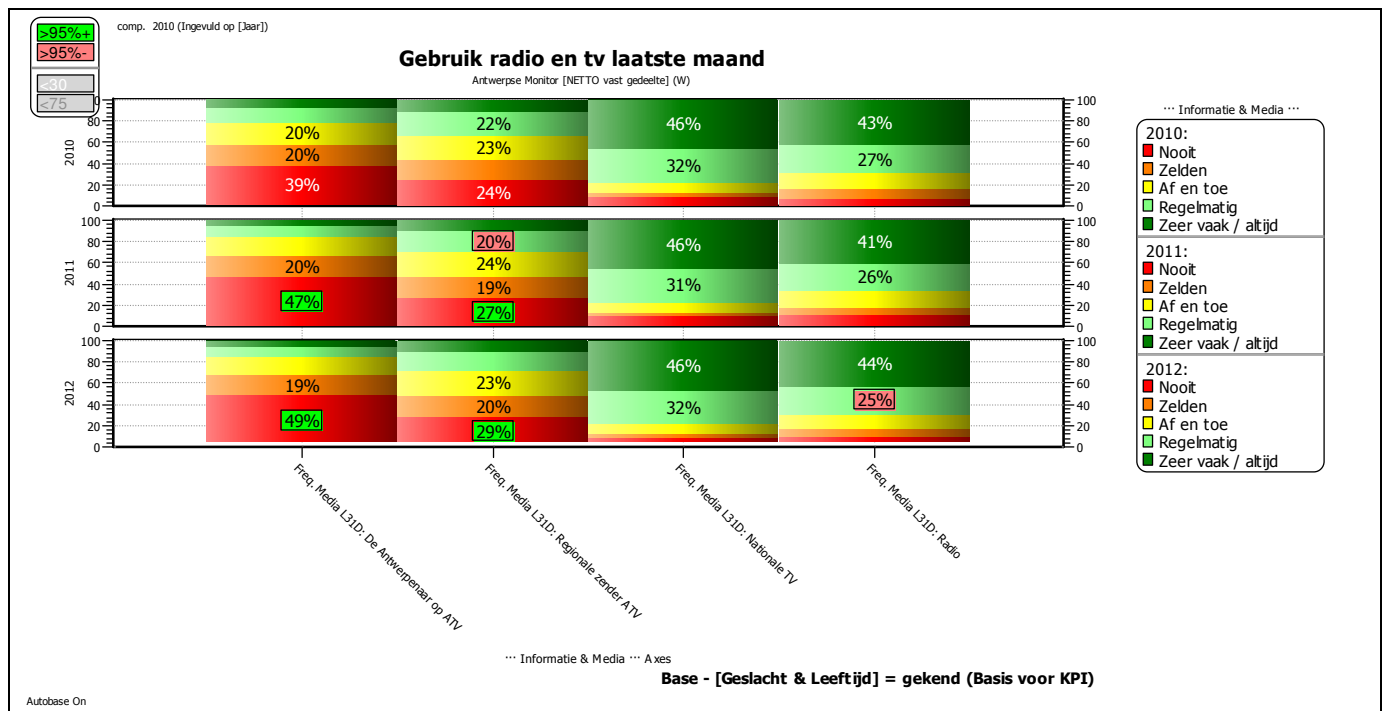
Onderstaande grafieken geven het mediagebruik in de laatste maand weer. We vergelijken opnieuw de resultaten van het jaar 2010 met 2011 en 2012. Van de geprinte media worden kranten en weekbladen het vaakst geconsulteerd. Weekbladen kennen wel een lichte achteruitgang van regelmatige en veelvuldige lezers. Ook zien we dat het aandeel mensen dat nooit gratis bladen of de Zone/03 consulteert, lichtjes toeneemt in 2011 en 2012. In 2012 stijgt ook het aandeel mensen dat nooit weekbladen leest.

Grafiek 119 Gebruik van geprinte media tijdens de afgelopen maand, 2010, 2011 en 2012



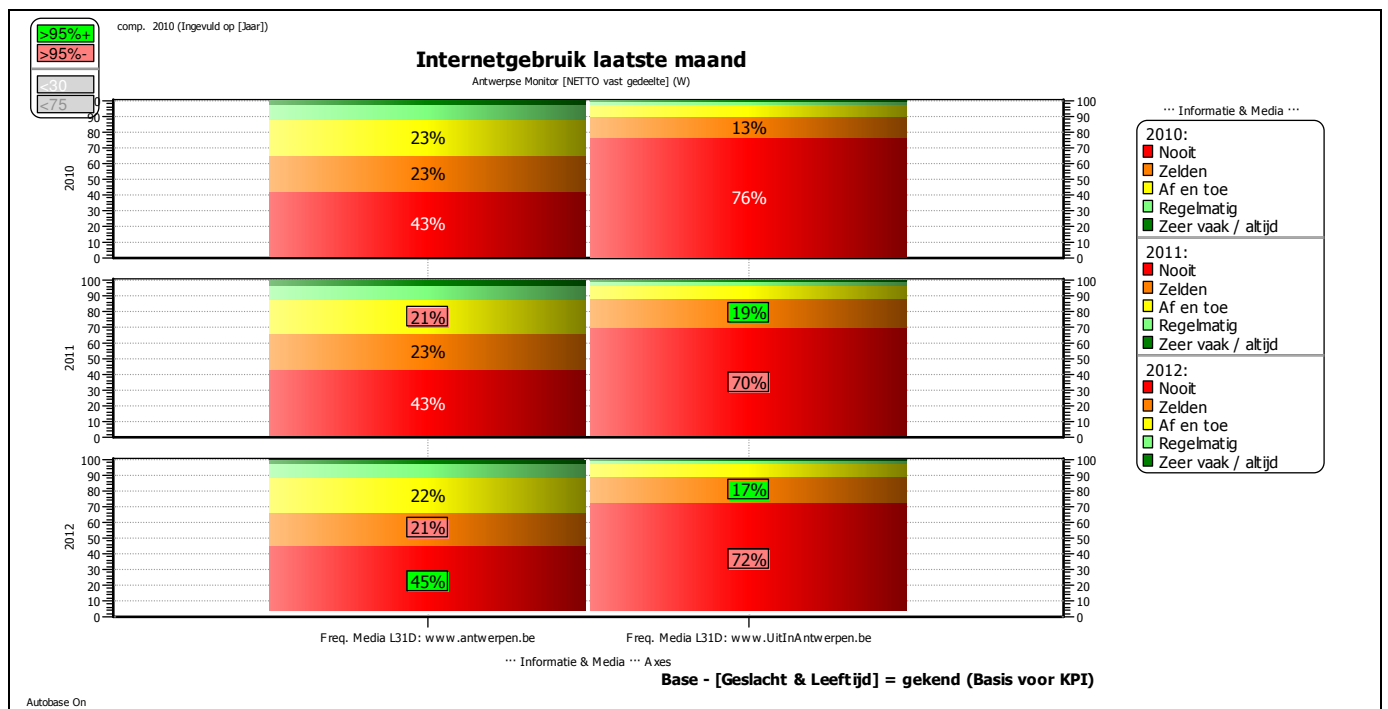
Nationale TV en radio worden het meest frequent gebruikt. We moeten wel opmerken dat De Nieuwe Antwerpenaar op ATV slechts op twee momenten in de tijdspanne van één week uitgezonden wordt. Terwijl de populariteit van de nationale TV en radio gelijk blijven tussen 2010 en 2011, merken we dat het aandeel mensen dat nooit naar ATV kijkt in 2011 en 2012 een beetje gestegen is (van 25% naar 27% in 2011 en 29% in 2012). De Nieuwe Antwerpenaar op ATV kende echter een veel grotere daling van populariteit. In 2011 gaf 47% van de respondenten aan hier nooit naar te kijken en in 2012 is dit 49%.

Grafiek 120 Gebruik van radio en TV tijdens de afgelopen maand, 2010, 2011 en 2012



Internet thuis en op het werk en gebruik van sociale netwerksites kunnen we niet vergelijken tussen 2010 en 2011 vanwege een verschillende vraagstelling inzake frequentie. Net zoals in 2010 wordt in 2011 door meer respondenten de algemene website van stad Antwerpen bezocht dan UitInAntwerpen, maar we stellen vast dat er in 2012 meer mensen nooit de website www.antwerpen.be bezocht. Het aandeel respondenten dat echter nooit UitInAntwerpen bezocht, is afgenomen in 2011 en terug iets gestegen in 2012.

Grafiek 121 Internetgebruik tijdens de afgelopen maand, 2010, 2011 en 2012

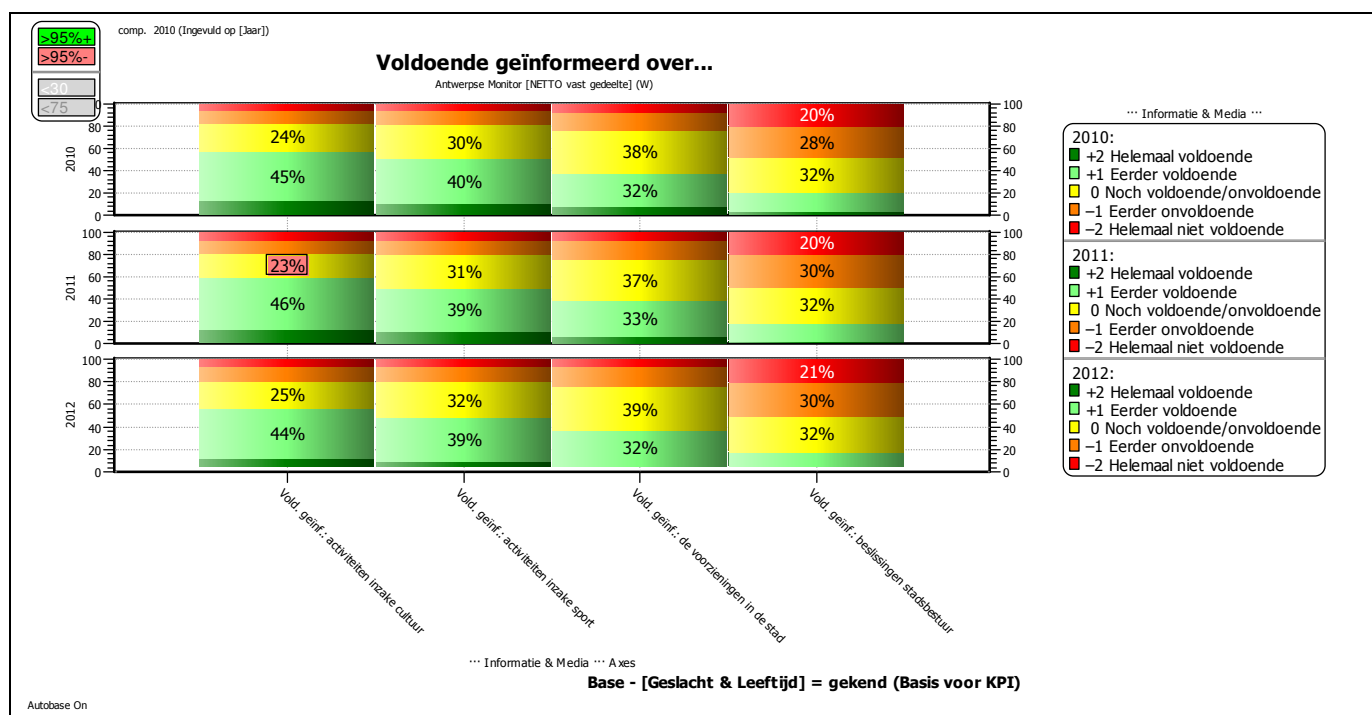


6.2 Mate van geïnformeerd zijn

In welke mate voelen de Antwerpenaars zich voldoende geïnformeerd over verschillende beleidsdomeinen?

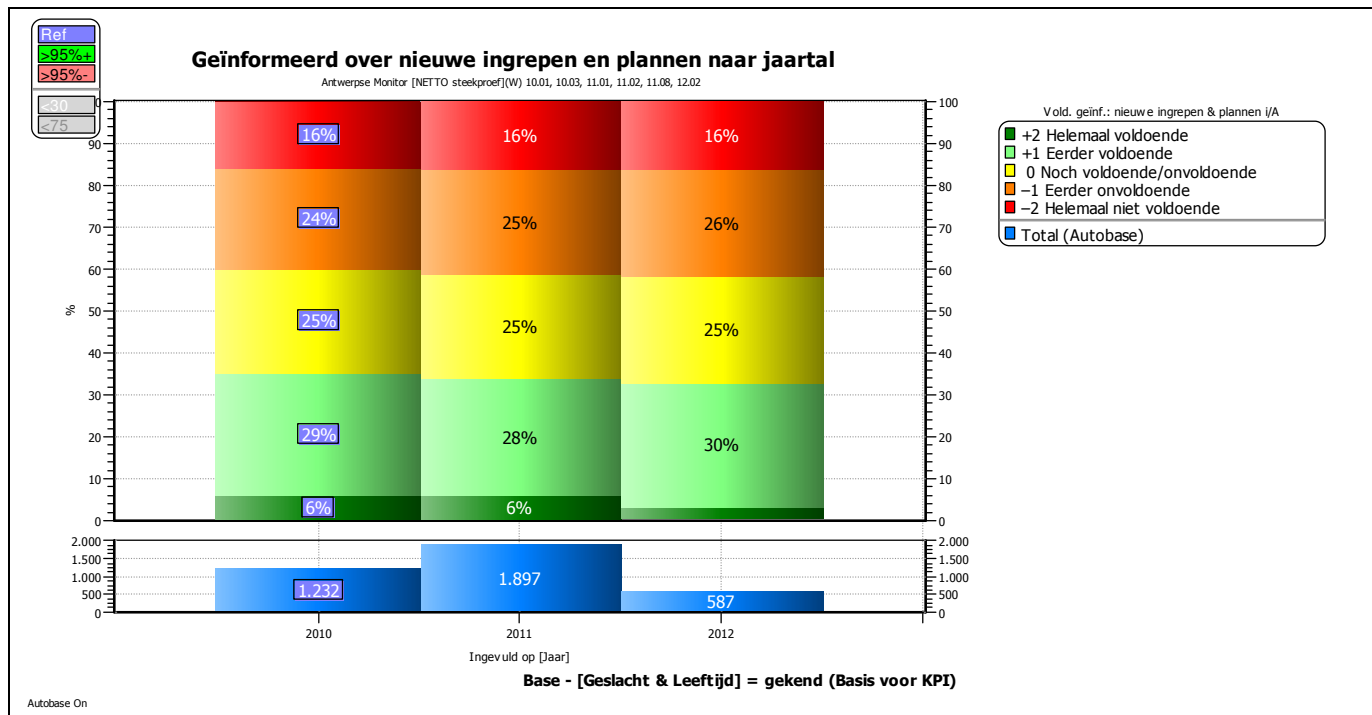
De respondenten voelen zich het meest geïnformeerd over activiteiten op het gebied van cultuur (58%) en sport (48%). Minder dan 4 op 10 respondenten meent voldoende op de hoogte te worden gebracht over de voorzieningen in de stad. Over de beslissingen van het stadsbestuur voelt een kleine 20% van de respondenten zich voldoende geïnformeerd, de helft van de respondenten is hierover niet tevreden.

Grafiek 122 Mening over de mate van geïnformeerd worden over sport- en culturele activiteiten, voorzieningen en bestuursbeslissingen, 2010, 2011 en 2012



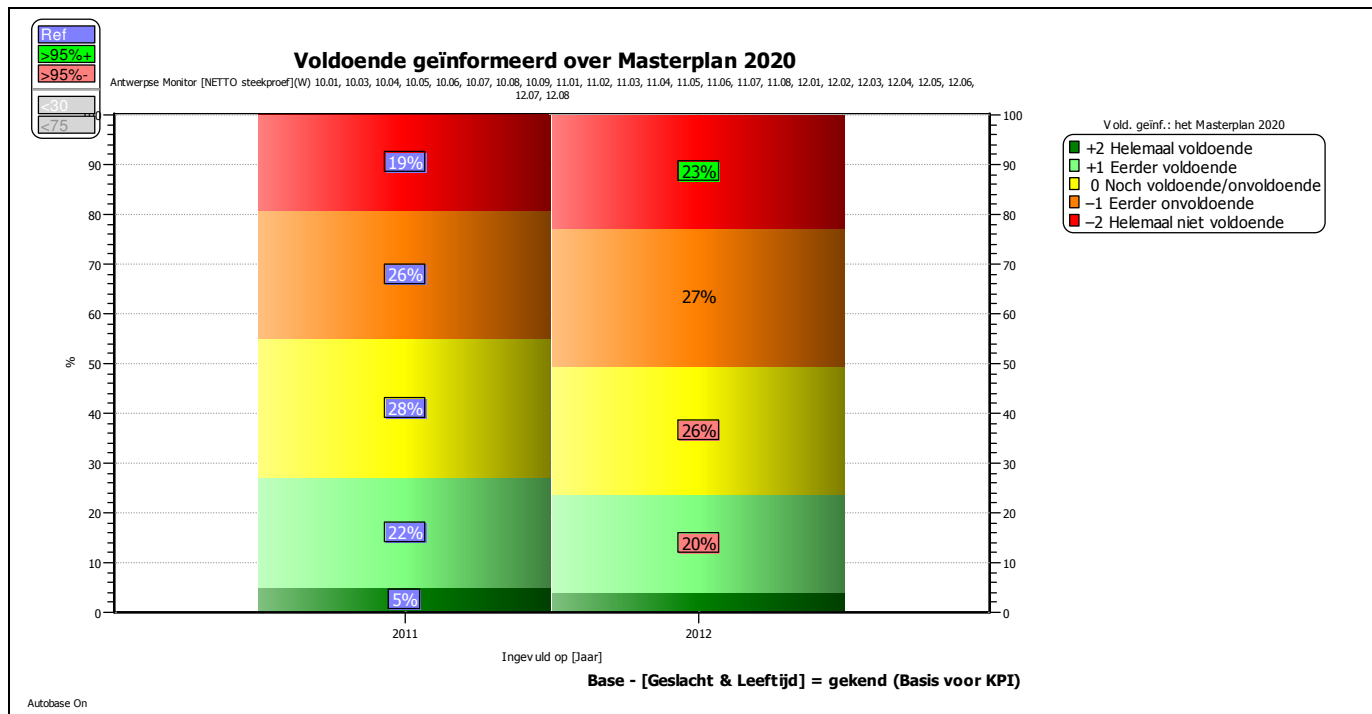
In 2010 golven 1 en 3, in 2011 in golven 1 en 2 en 8 en in 2012 in golf 2 peilden we naar de mate van geïnformeerd zijn over nieuwe ingrepen en plannen in de stad. Slechts 33% vindt dit voldoende, 25% spreekt zich niet uit en 42% vindt dit onvoldoende. Deze verdeling wijzigde de afgelopen jaren nauwelijks.

Grafiek 123: voldoende geïnformeerd over nieuwe ingrepen en plannen, 2010, 2011 en 2012



Sinds begin 2011 peilen we ook naar het zich geïnformeerd voelen over het Masterplan 2020. Ook hier zien we niet zo'n beste resultaten en zien we een gelijkaardige verdeling van de meningen als hierboven.

Grafiek 124: voldoende geïnformeerd over Masterplan 2020 in 2011 en 2012



6.3 Campagnes

Tijdens 2011 werden de volgende campagnes gemeten via de Antwerpse monitor:

- Golf 1: Pas geveegd
- Golf 2: Lopen
- Golf 3: Blauwe Lijn
- Golf 4: Wonen in Antwerpen
- Golf 5: Middelheim
- Golf 6: Fiets zomercampagne
- Golf 7: Bollekesfeest
- Golf 8: Lerarencampagne

In het jaarrapport geven we per campagne weer hoeveel respondenten het beeld hebben opgemerkt, waar ze de campagne hebben gezien en wat ze naar aanleiding van de campagne gedaan hebben. We sluiten dit deel af met een vergelijking van de appreciatie (*likeability*) van deze acht campagnes.

6.3.1 Campagne Pas geveegd

Deze campagne bestond uit één beeld, dat werd gezien door 57% van de respondenten (n=448).

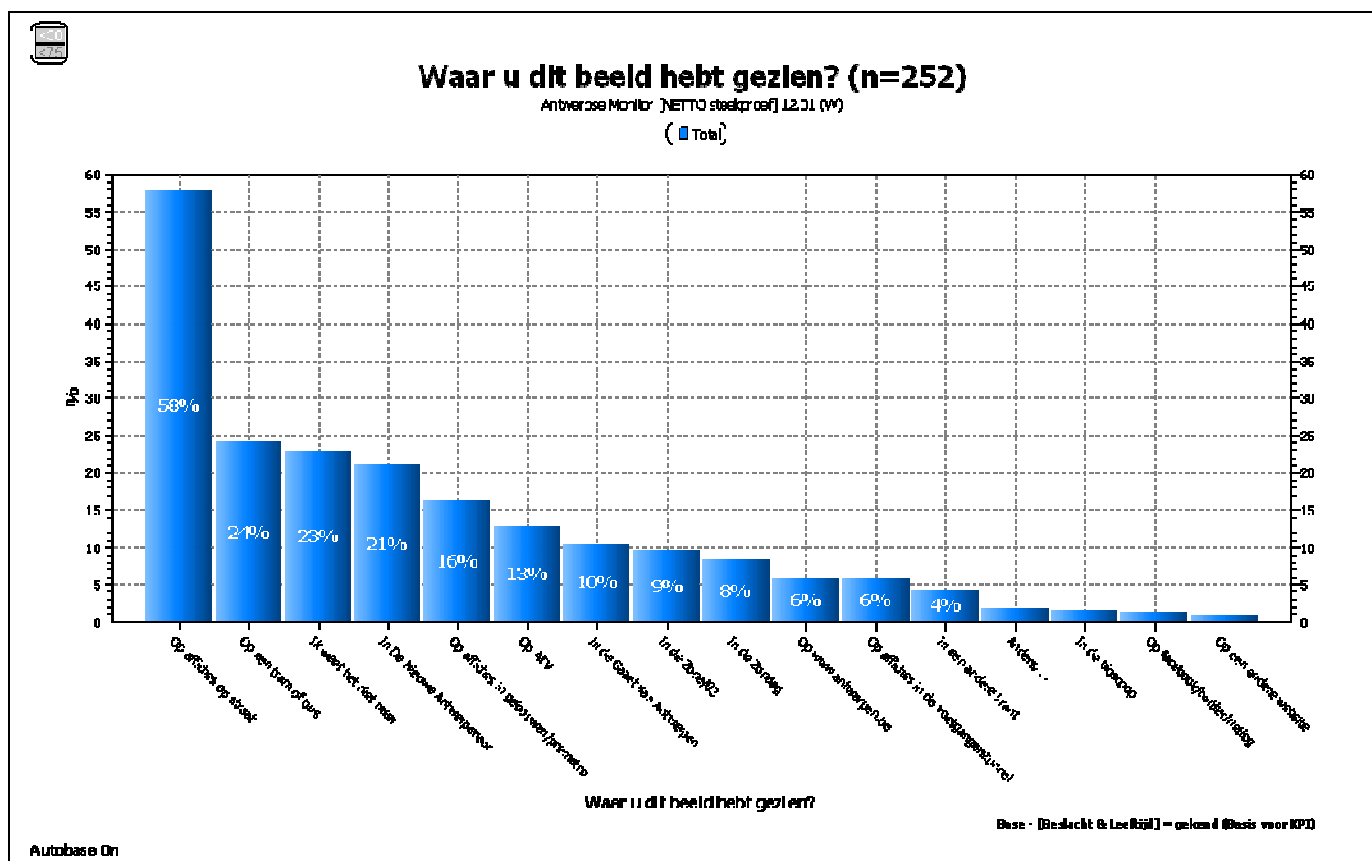


Vervolgens werd gevraagd hoe mensen op de hoogte waren van Pas geveegd.

De meeste respondenten waren op de hoogte dankzij:

- de campagnebeelden (58%);
- op tram/ bus (24%);
- ik weet het niet meer (23%);
- De Nieuwe Antwerpenaar (21%).

Grafiek 125: hoe op de hoogte van Pas geveegd



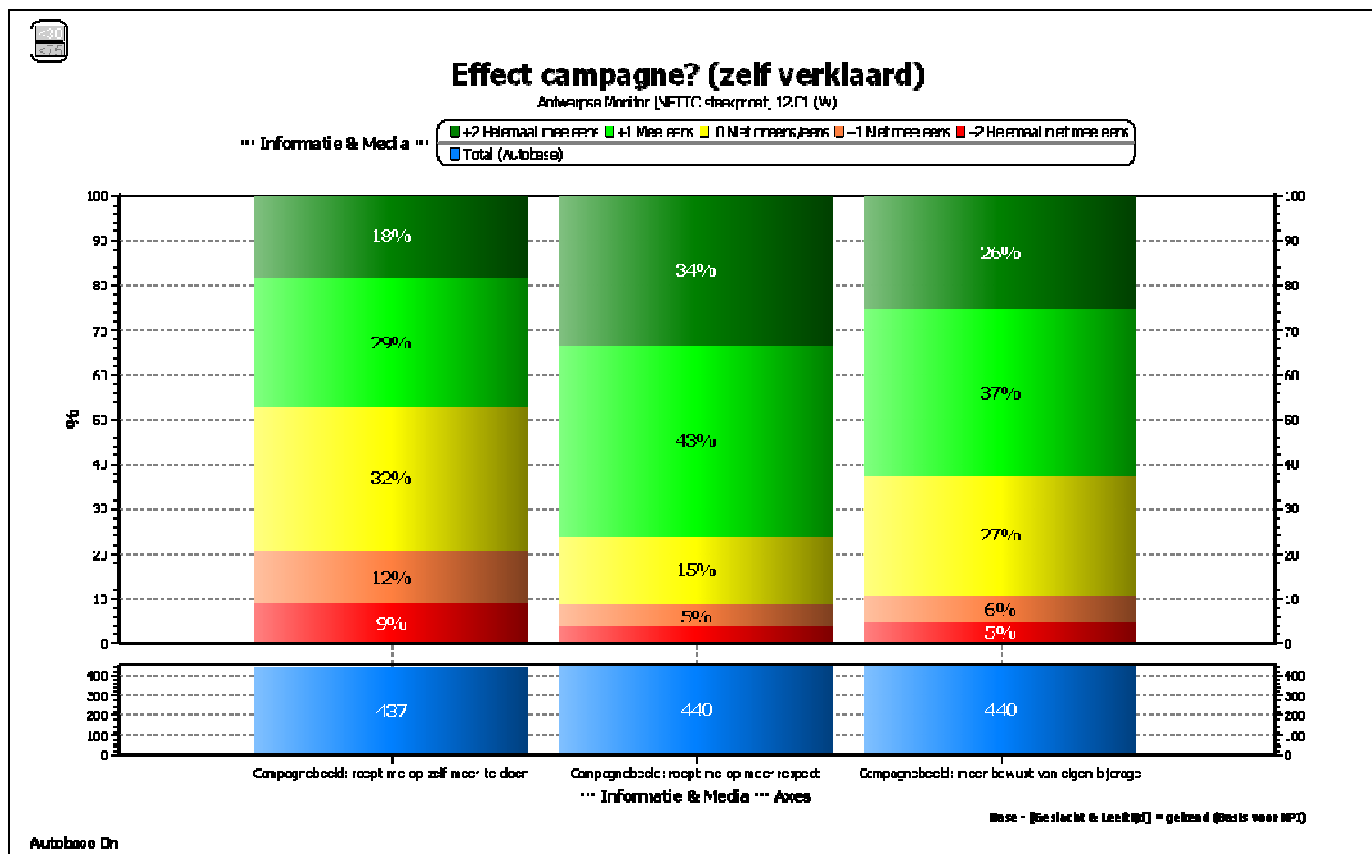
Heeft deze campagne een effect gehad? Dit werd gemeten aan de hand van 3 stellingen:

Effect campagne (zelf verklaard)? Deze campagne...

- roept me op om zelf meer te doen voor een propere straat
- roept me op om zelf meer te doen voor een propere straat
- roept me op om meer respect te hebben voor de medewerkers van de stad die dagelijks de straten proper houden
- maakt me meer bewust van mijn eigen bijdrage aan een propere stad

Uit de volgende grafiek blijkt dat 77% van de respondenten meer respect heeft voor medewerkers van de stad; 63% is zich meer bewust van de eigen bijdrage en nog 47% voelt zich aangesproken om zelf meer te doen voor een propere straat.

Grafiek 126: effect champagne (zelf verklaard)



Ten slotte werd nog volgende vraag gesteld: Heel wat vuilbakken in de straten van Antwerpen werden naar aanleiding van deze campagne met kleurrijke hoezen bekleed. Hebt u er opgemerkt? De helft (51%) van de respondenten merkte deze vuilbakken op.

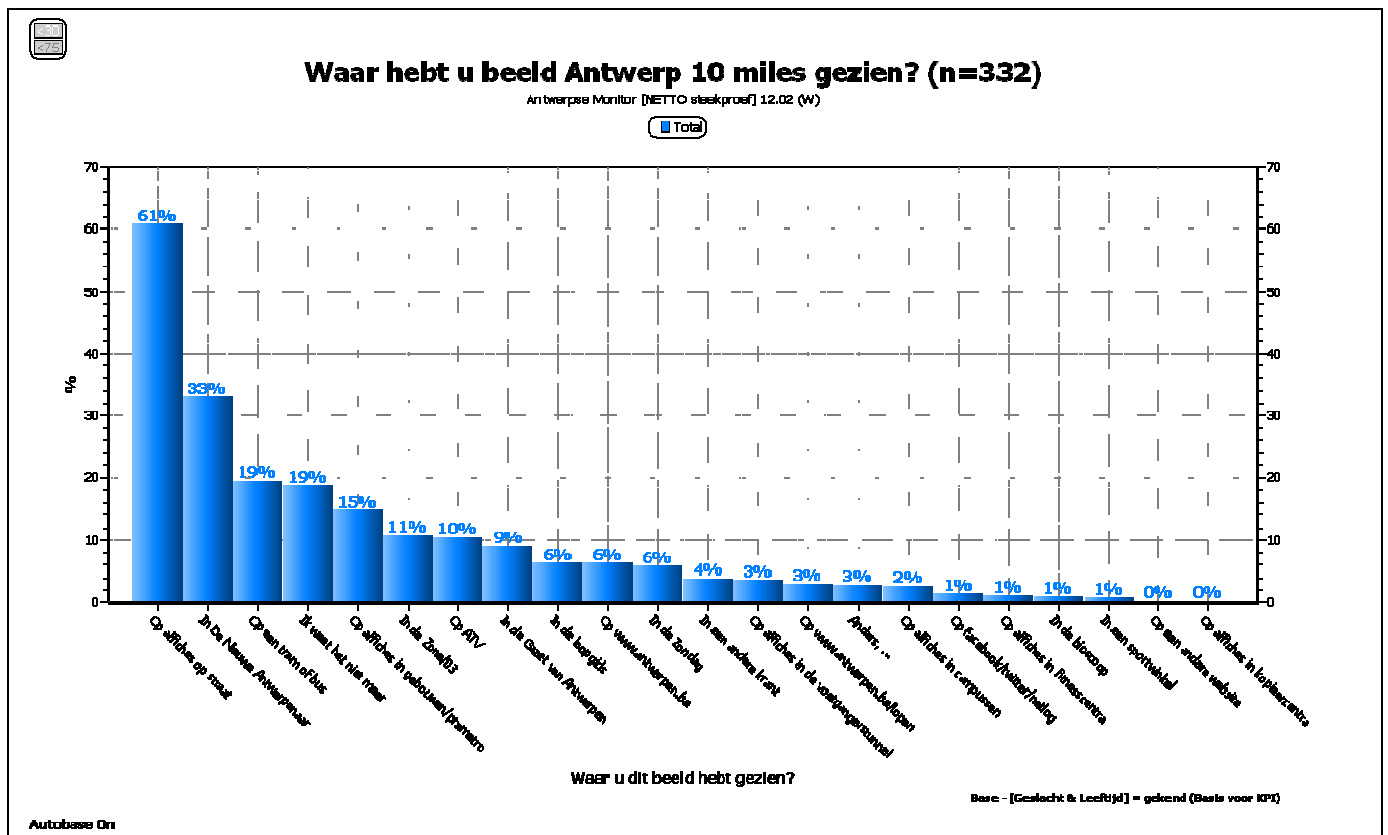
6.3.2 Campagne Lopen

De campagne Lopen werd door 61% van de respondenten opgemerkt.



Het beeld werd in de eerste plaats herkend van de affiches op straat (61%), gevolgd door De Nieuwe Antwerpenaar (33%) en tram/bus (19%). 19% weet niet meer waar hij het beeld gezien heeft.

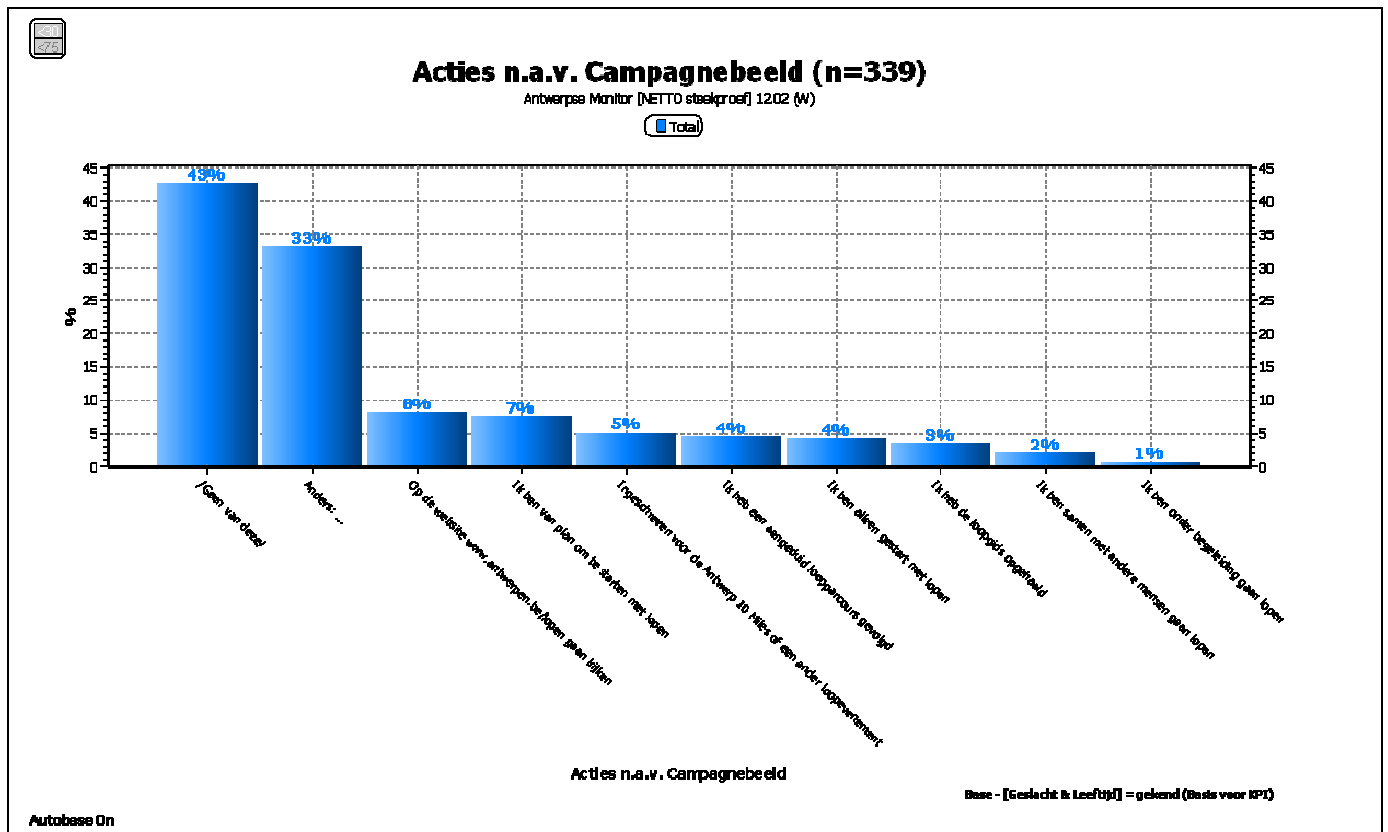
Grafiek 127: waar beeld Cinema Valentijn gezien



Acties die naar aanleiding van de campagne werden ondernomen, waren:

- 81% geen van deze,
- 6% op website gaan kijken,
- 6% gestart met lopen, 7% van plan te lopen,
- 4% loopgids opgevraagd,
- 4% ingeschreven voor Antwerp 10 miles.

Grafiek 128: Acties naar aanleiding van loopcampagne



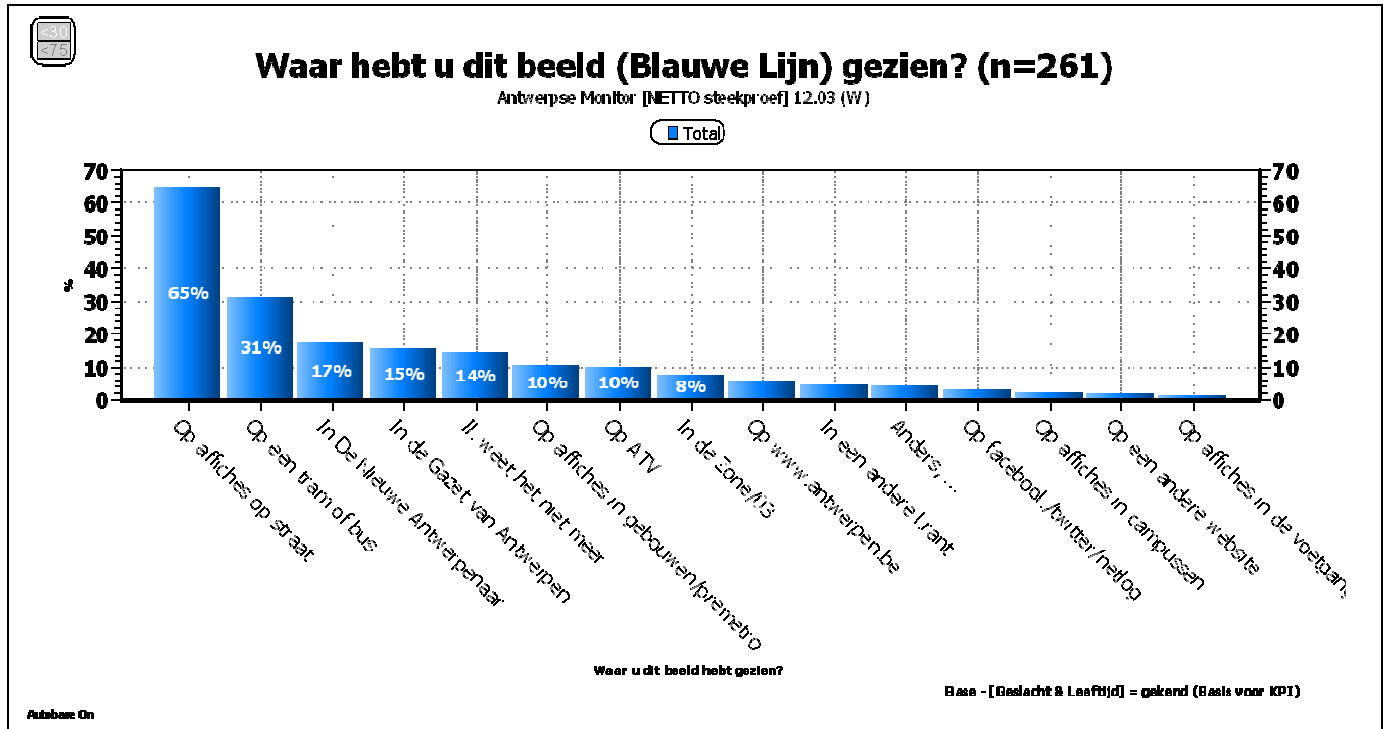
6.3.3 Campagne Blauwe lijn



Deze campagne werd opgemerkt door 45% van de respondenten.

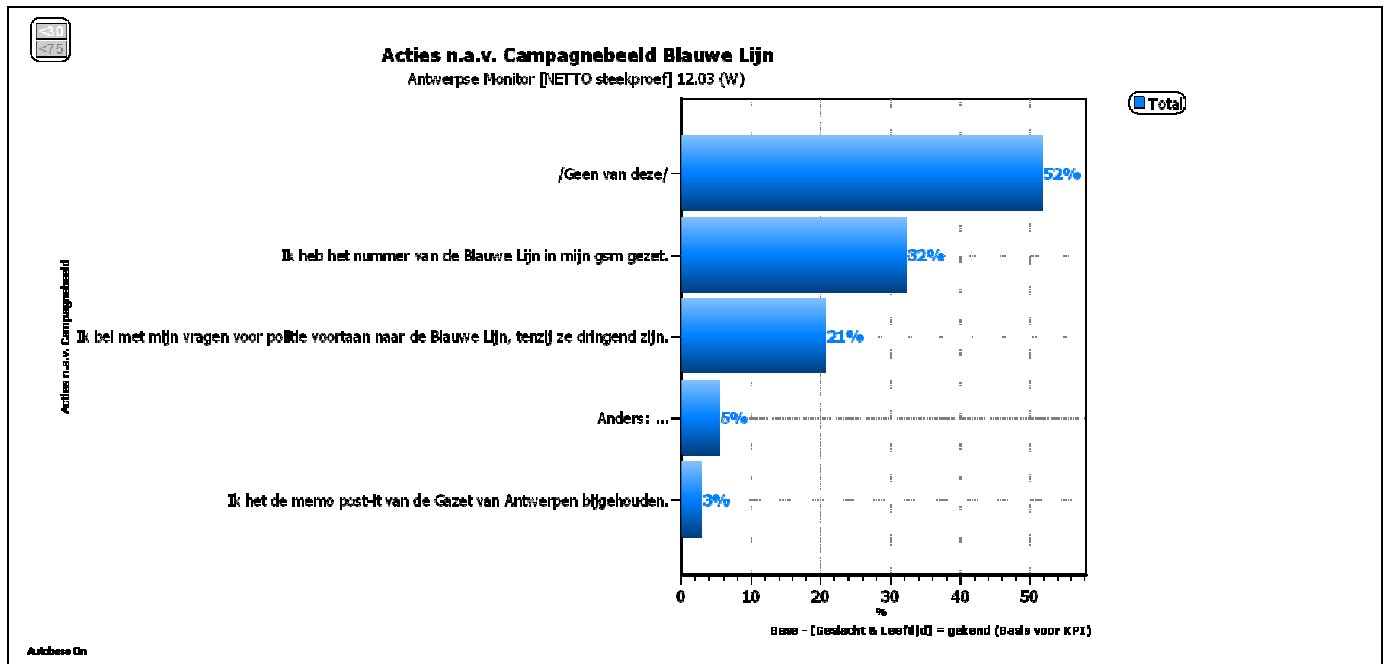
Daarvan had 65% het beeld op affiches op straat gezien, 31% op tram/bus. Slechts 14% wist niet meer waar.

Grafiek 129: waar beeld Blauwe Lijn gezien



Van diegenen die de campagne gezien hebben, heeft 32% het nummer in zijn gsm gezet en zegt 21% met zijn vragen voortaan naar de Blauwe Lijn te bellen tenzij het dringend is. Eén op twee respondenten zegt geen actie ondernomen te hebben.

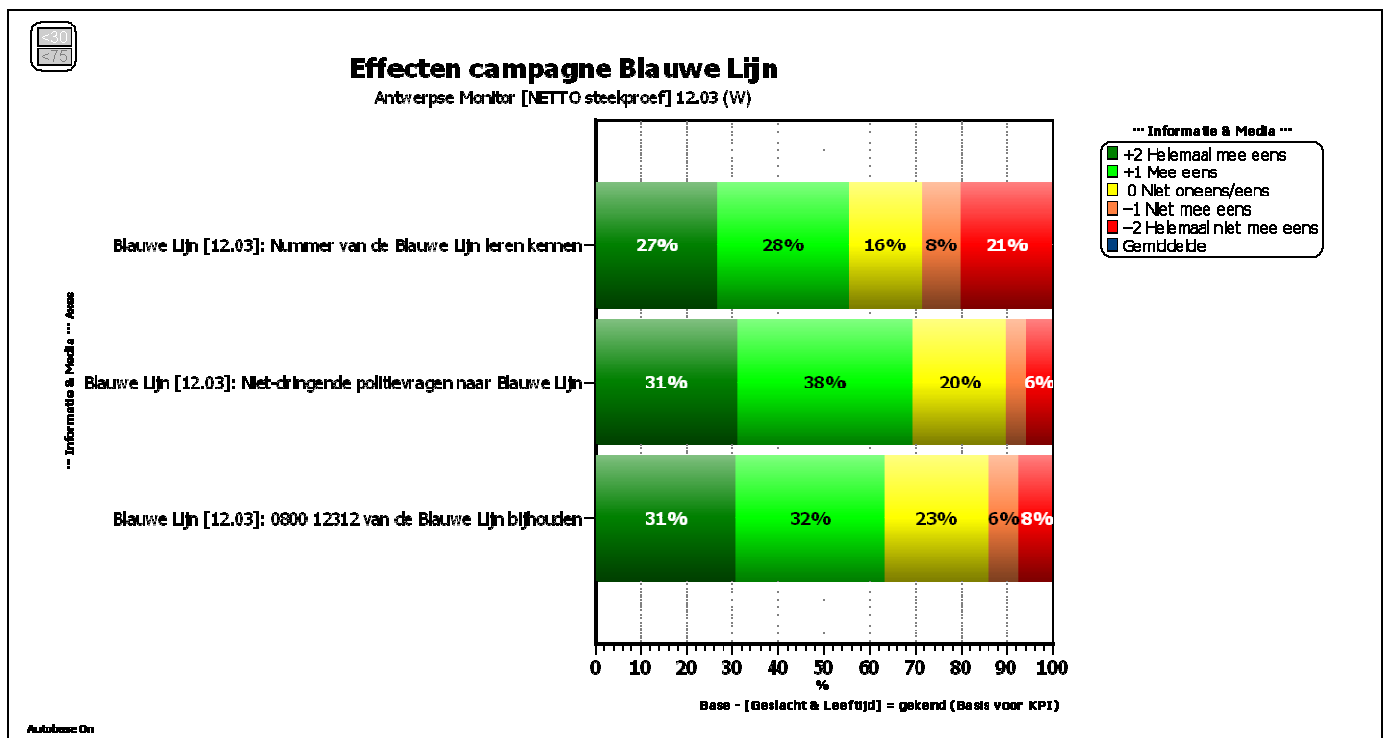
Grafiek 130: acties n.a.v. campagne Blauwe Lijn



Het (zelf verklaard) effect van de campagne werd gemeten aan de hand van de volgende stellingen:
Deze campagne...

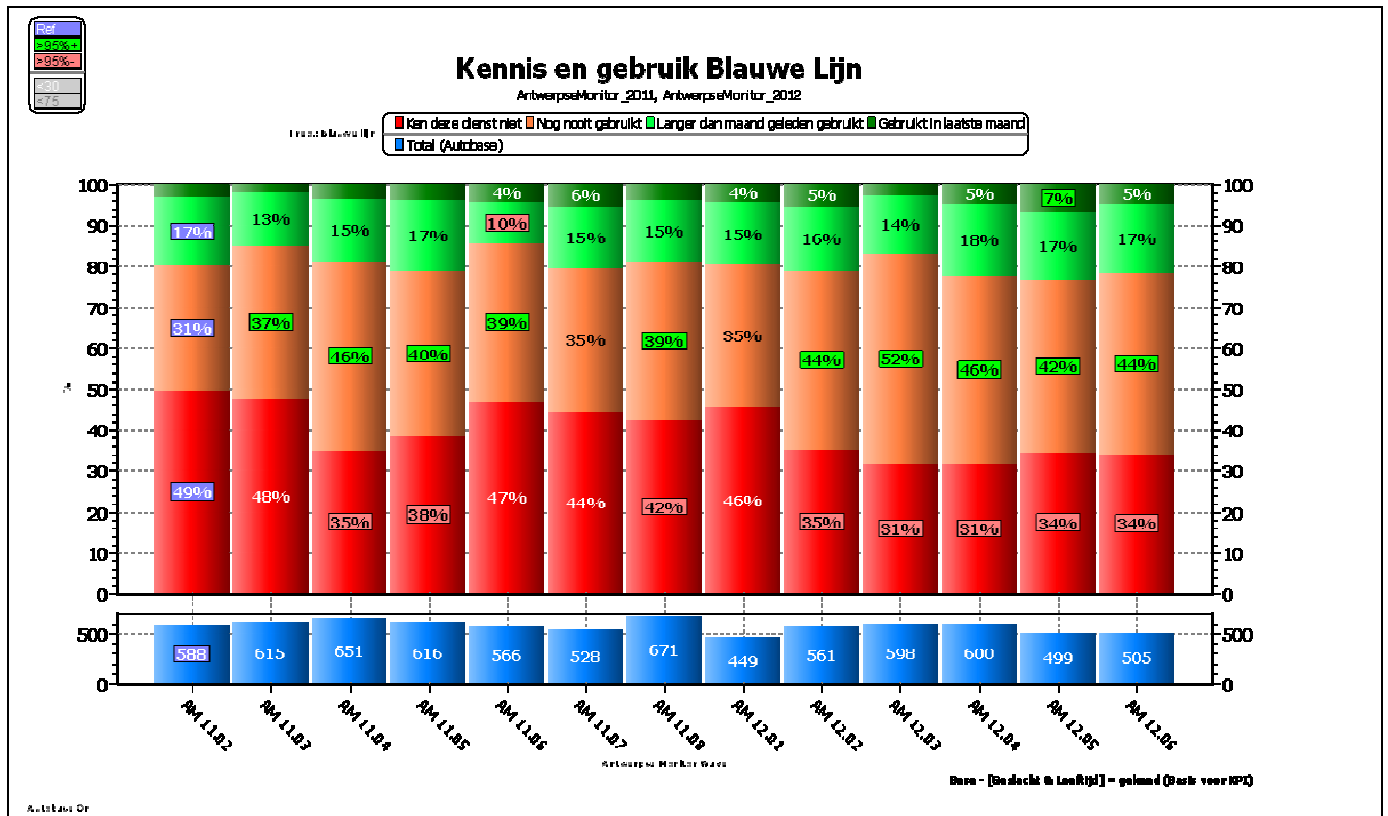
- heeft me het nummer van de Blauwe Lijn leren kennen: 55%
- zet aan om voor niet-dringende politievragen naar de Blauwe Lijn te bellen: 69%
- zet aan om het nummer van de Blauwe Lijn bij te houden: 62%

Grafiek 131: Effect (zelfverklaard) van campagne Blauwe Lijn



Ten slotte kunnen we het effect van deze campagne onrechtstreeks ook meten door na te gaan hoe de kennis en gebruik Blauwe Lijn evolueerde in de tijd. In golf 4 van 2011 werd de campagne van 2011 bevestigd.

Grafiek 132: Kennis en gebruik Blauwe Lijn per golf



In 2011 daalt het aantal respondenten dat de Blauwe Lijn niet kent naar 35% en 38%, maar het effect van de campagne verdwijnt in golf 6.

In 2012 daalt het aantal respondenten dat de Blauwe Lijn niet kent naar 35% in golf 2, tot 31% in golf 3 en 4 en blijft lager op 34% in golf 5 en 6. Hier zien we een meer duurzaam effect.

Daarnaast kende de Blauwe Lijn ook een stijging van het aantal effectieve bellers.

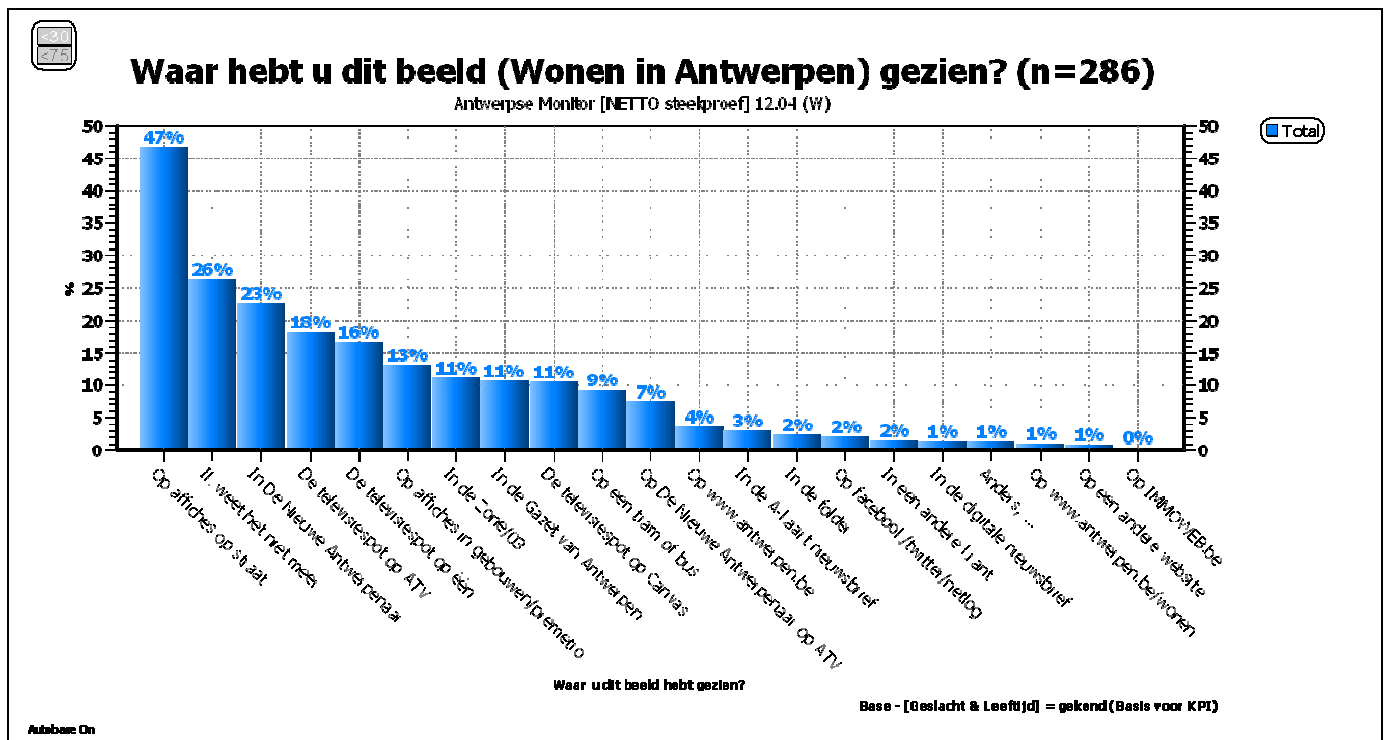
6.3.4 Wonen in Antwerpen

De campagne bestond uit één beeld.



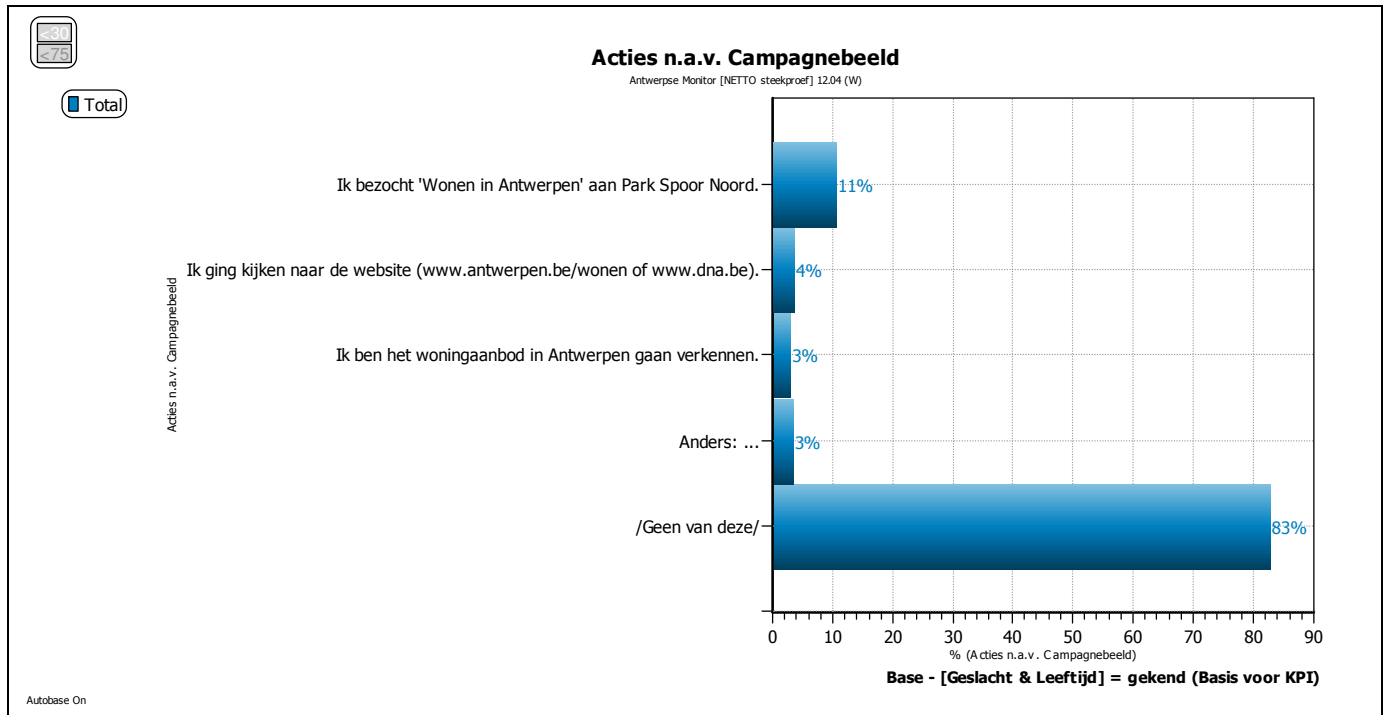
20% van de respondenten herinnert zich het beeld gezien te hebben. 47% zag ze op straat, 26% herinnert het zich niet meer en 23% zag het beeld in De Nieuwe Antwerpenaar.

Grafiek 133: waar beeld wonen gezien



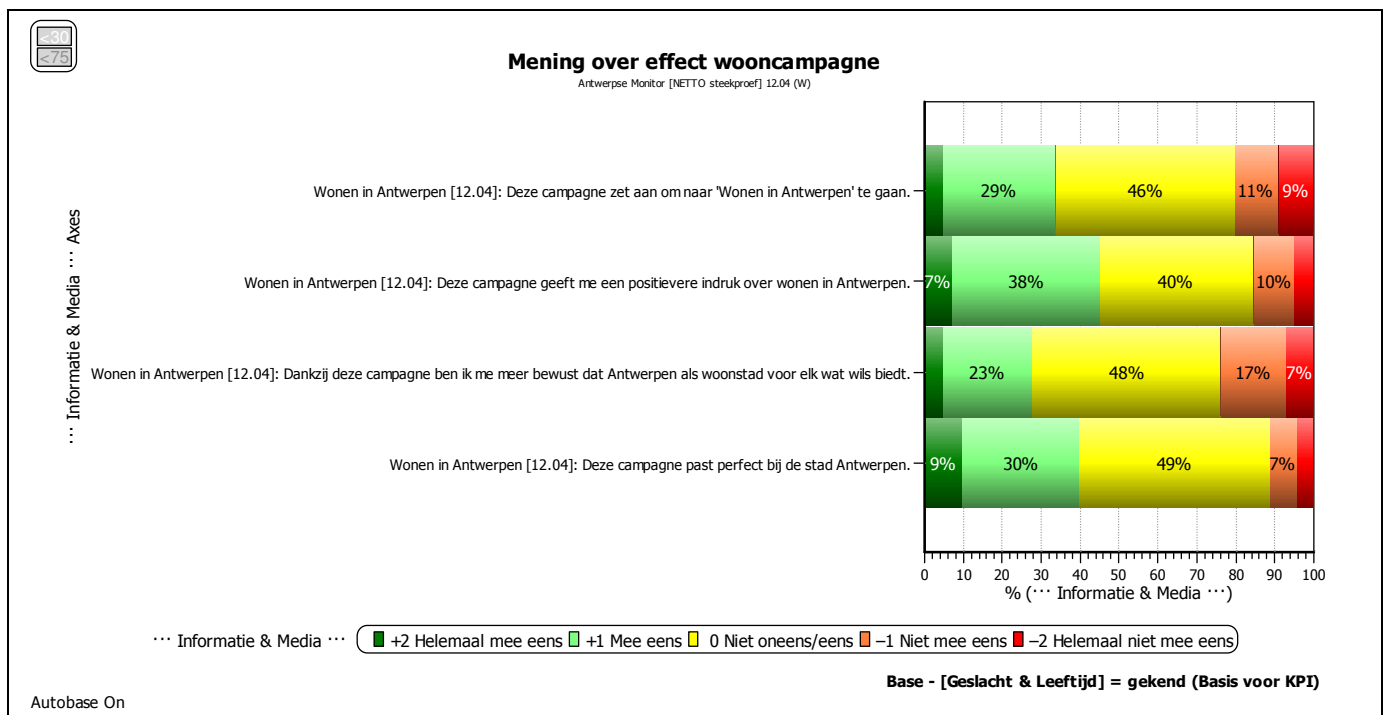
Uit de vraag rond het zelf verklaard effect van de campagne leren we dat 11% de beurs 'Wonen in Antwerpen' bezocht. 83% deed niets.

Grafiek 134: Acties naar aanleiding van wooncampagne



Uit de volgende grafiek blijkt dat 45% van de respondenten dankzij deze campagne een positievere indruk had over wonen in Antwerpen. Nog 39% vond dat de campagne past bij de stad Antwerpen en 34% werd aangezet om naar de beurs Wonen in Antwerpen te gaan. Nog 28% is zich er meer bewust van dat Antwerpen als woonstad voor elk wat wils biedt.

Grafiek 135: Mening over effect wooncampagne



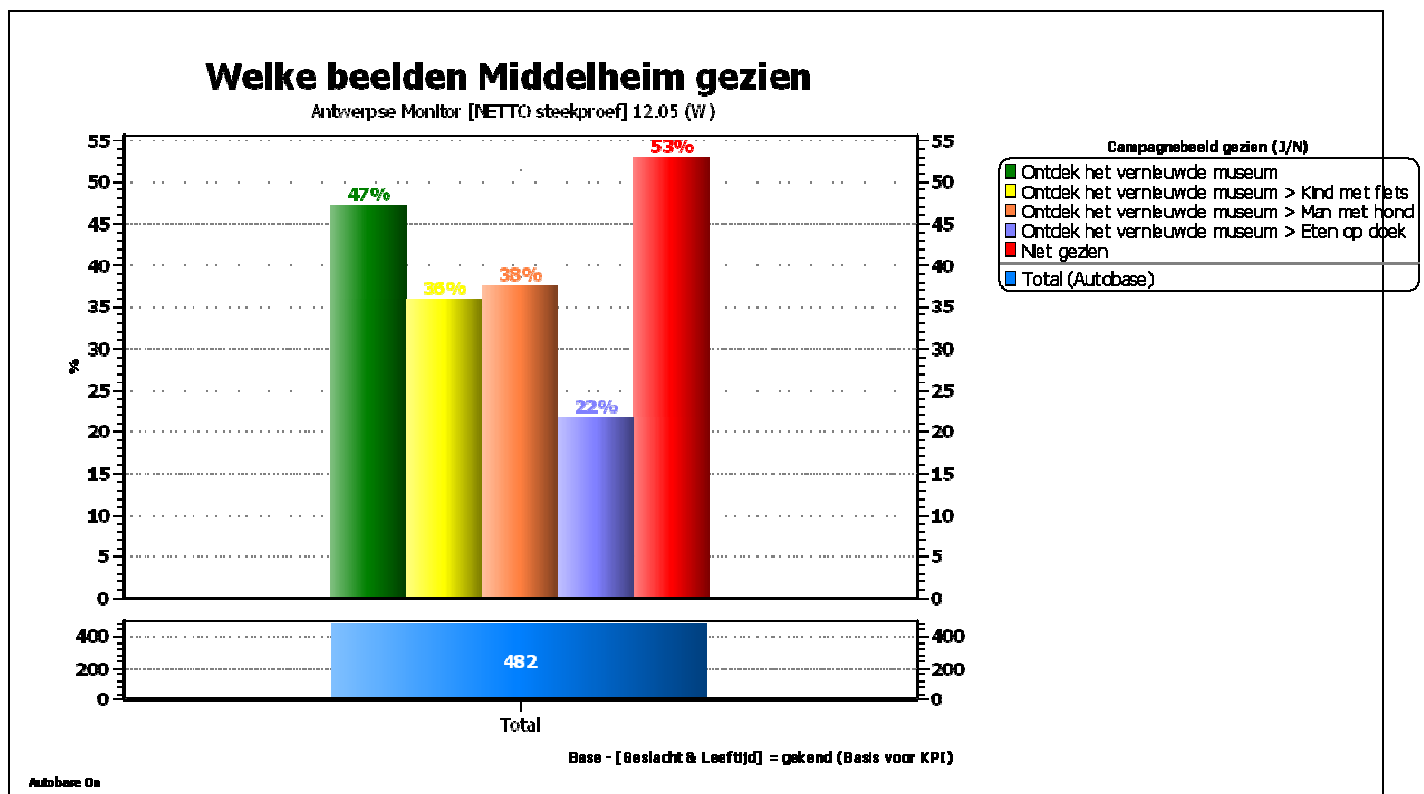
6.3.5 Campagne Middelheim

Ook deze campagne bestond uit verschillende beelden.



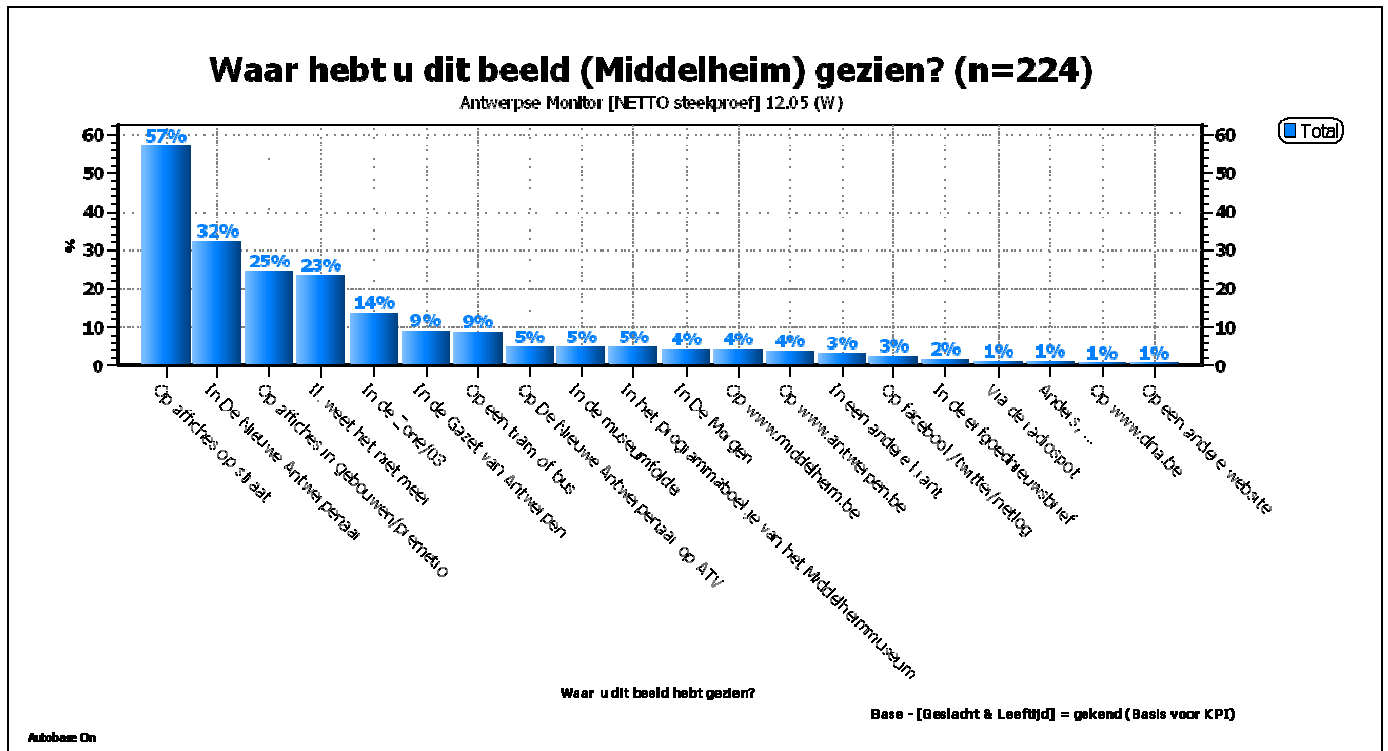
47% van de respondenten zag één of meer beelden. Het beeld “Man met hond” is het meest gezien (38%), terwijl “Eten op doek” het minste werd gezien (22%).

Grafiek 136: Welke beelden Middelheim gezien



Opnieuw staan de affiches op straat op kop qua plaats waar de beelden werden gezien: 57%. 32% in De Nieuwe Antwerpenaar en 25% op affiches in gebouwen/premetro en 23% weet niet meer waar hij de beelden zag,

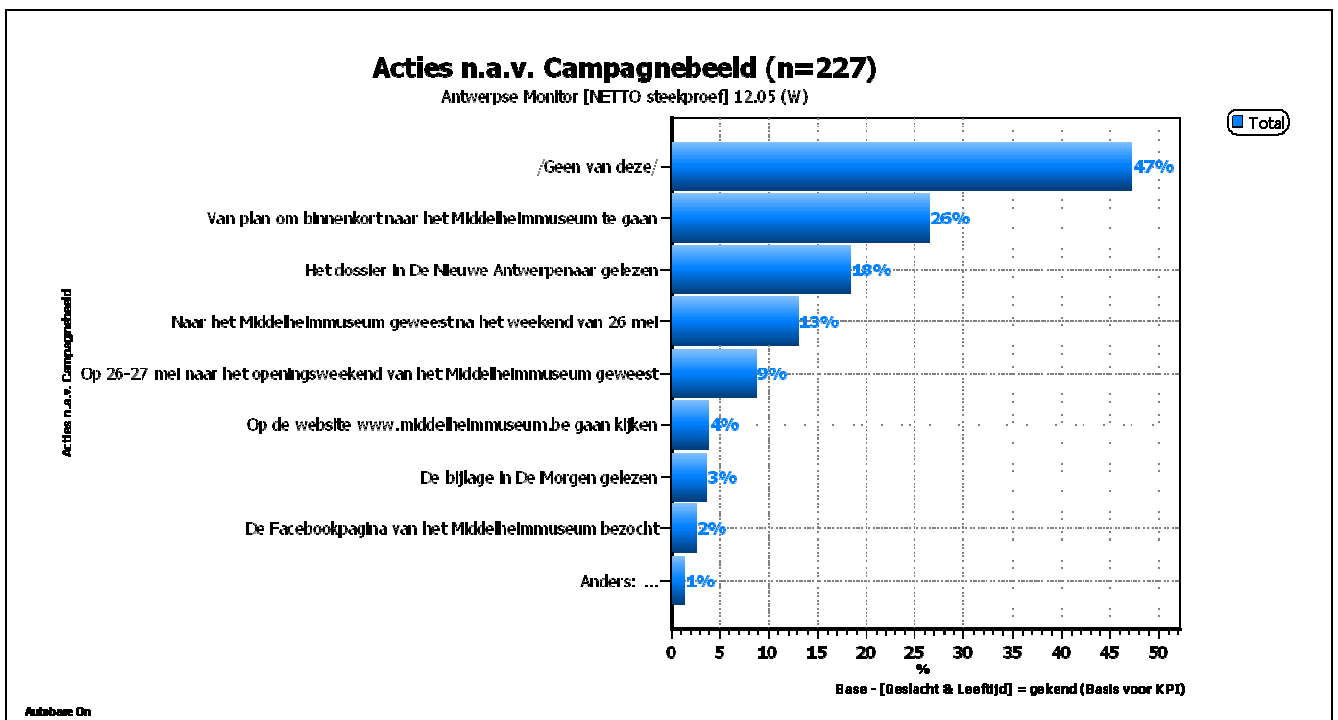
Grafiek 137: waar beeld Middelheim gezien



Naar aanleiding van deze campagne:

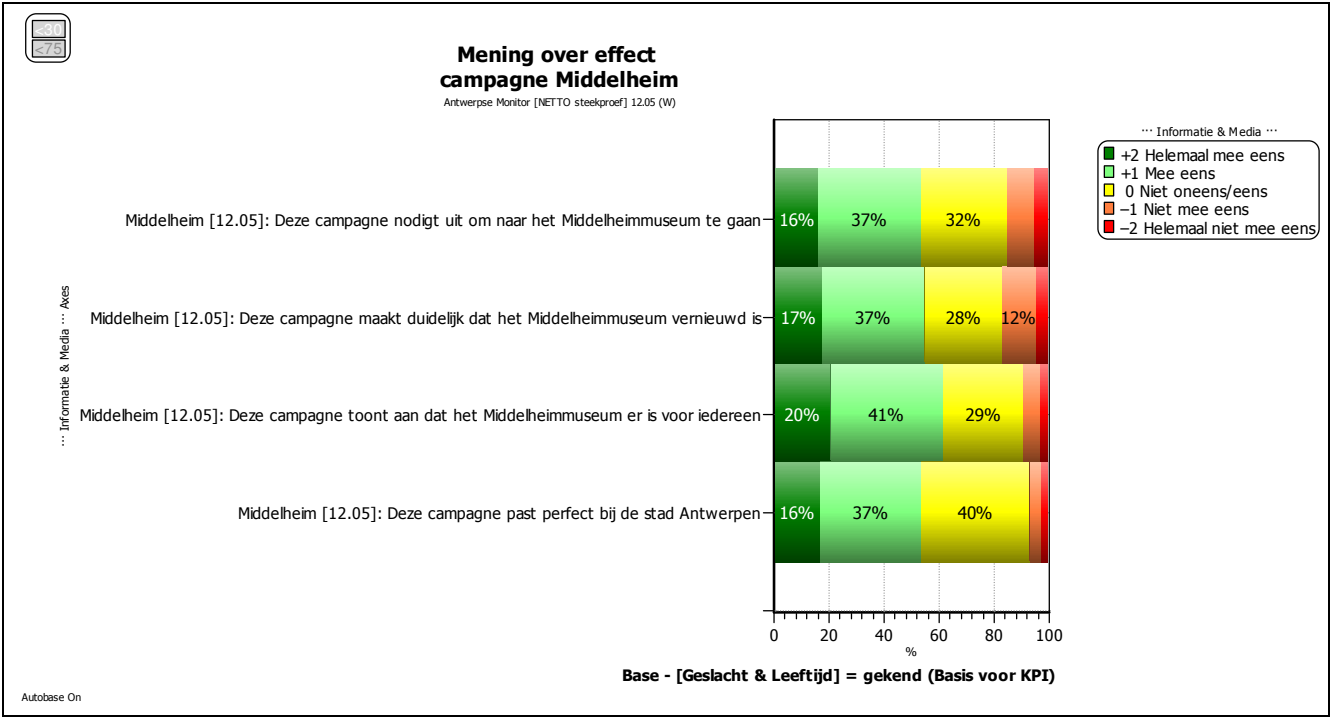
- is 26% van plan binnenkort naar het Middelheimmuseum te gaan;
- heeft 18% het dossier in De Nieuwe Antwerpenaar gelezen;
- zegt 13% naar het Middelheimmuseum te zijn geweest na het weekend van 26 mei.

Grafiek 138: Acties n.a.v. Middelheimcampagne



In de volgende grafiek zien we de mening van respondenten over effecten van de campagne. Vooral de stelling ‘Deze campagne toont aan dat het Middelheimmuseum er is voor iedereen’ scoort goed. Maar ook de andere stellingen scoren positief.

Grafiek 139: Mening over effect campagne Middelheim



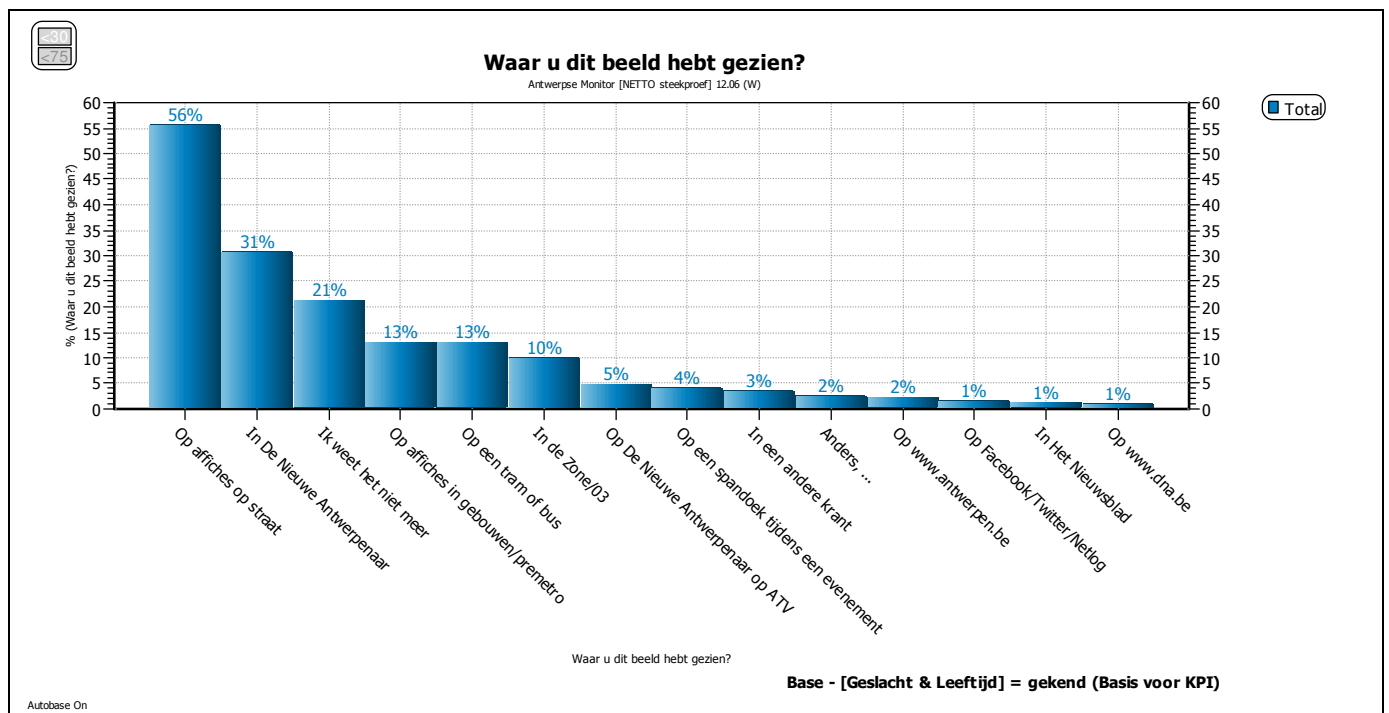
6.3.6 Campagne Fiets zomercampagne

52% van de respondenten zag het campagnebeeld.

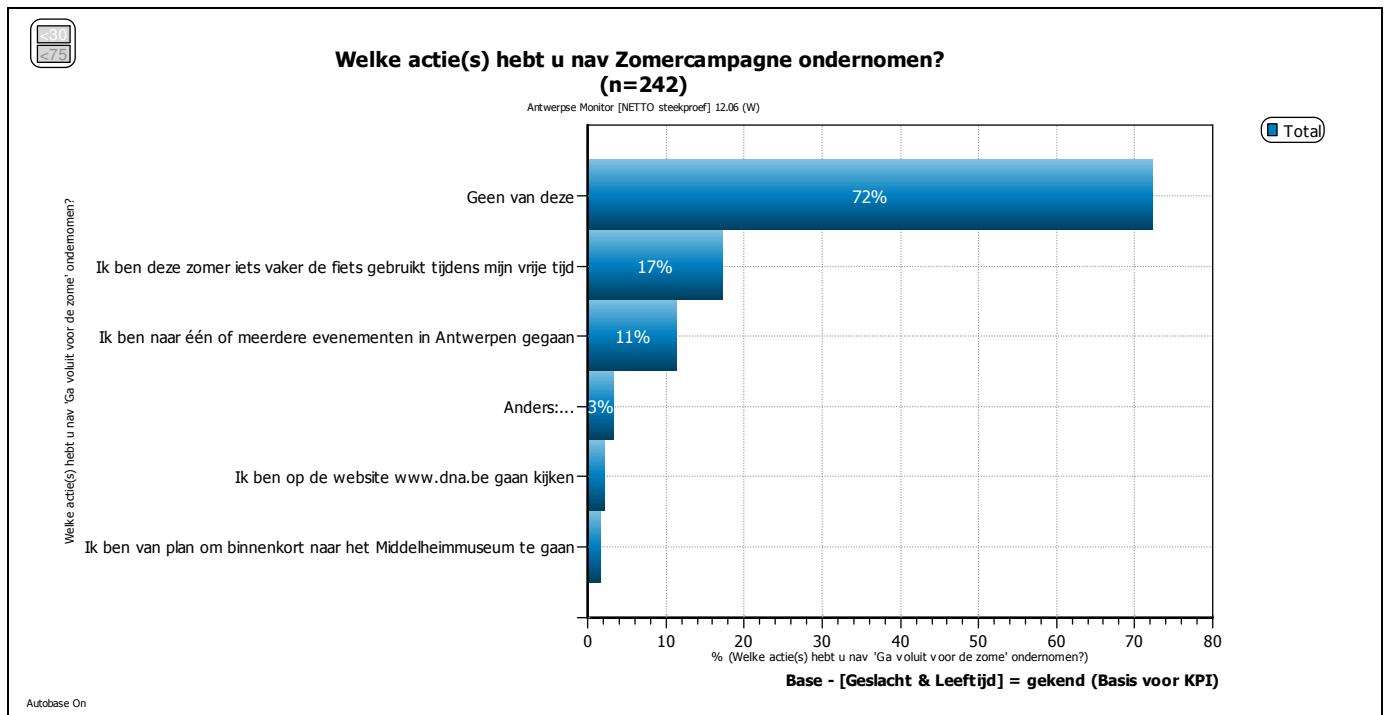


De campagne werd het meest opgemerkt op de affiches op straat en in De Nieuwe Antwerpenaar.

Grafiek 140: waar beeld Zomercampagne gezien



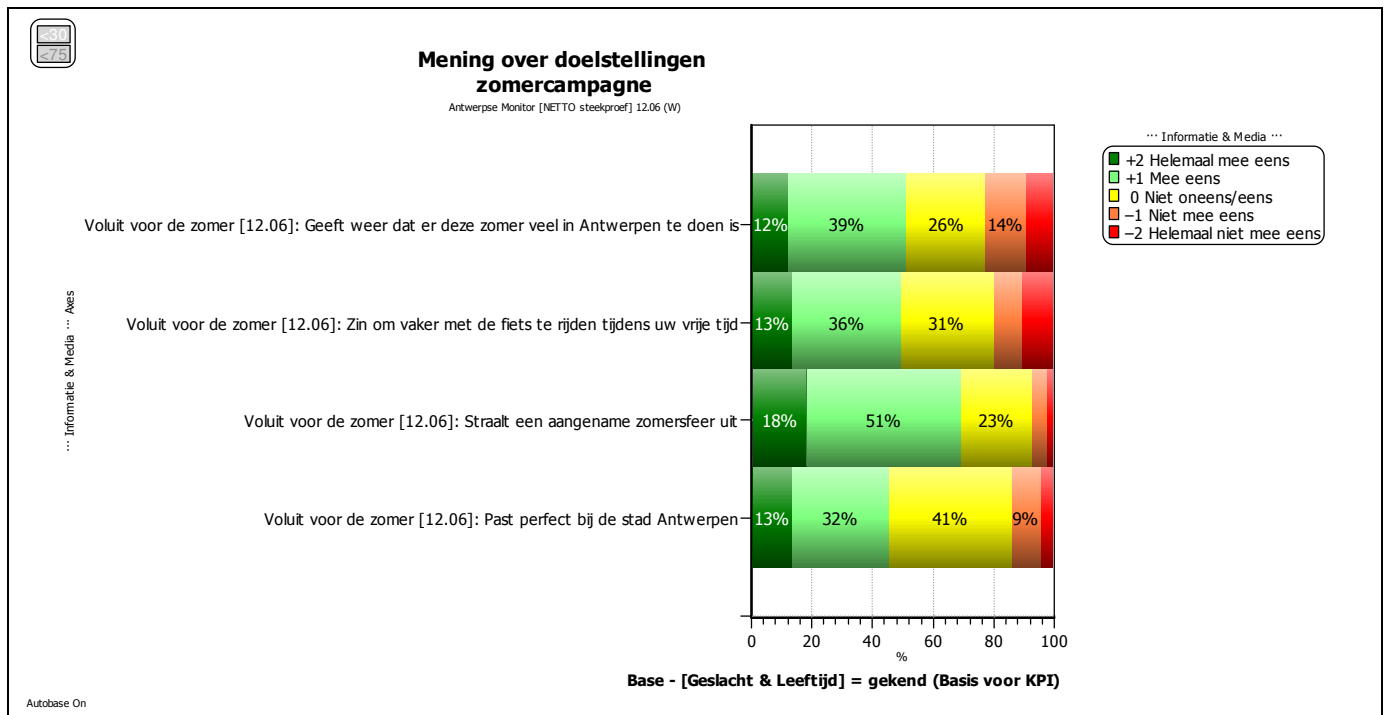
Grafiek 141: acties n.a.v. Zomercampagne



Ongeveer 72% van de respondenten ondernam geen van de opgesomde acties. 17% gebruikte vaker de fiets tijdens de vrije tijd en 11% ging naar één of meerdere evenementen in Antwerpen.

De respondenten zijn het meeste eens met de stelling 'de campagne straalt een aangename zomersfeer uit', gevolgd door 'deze campagne geeft weer dat er deze zomer veel in Antwerpen te doen is'.

Grafiek 142: doelstellingen Zomercampagne



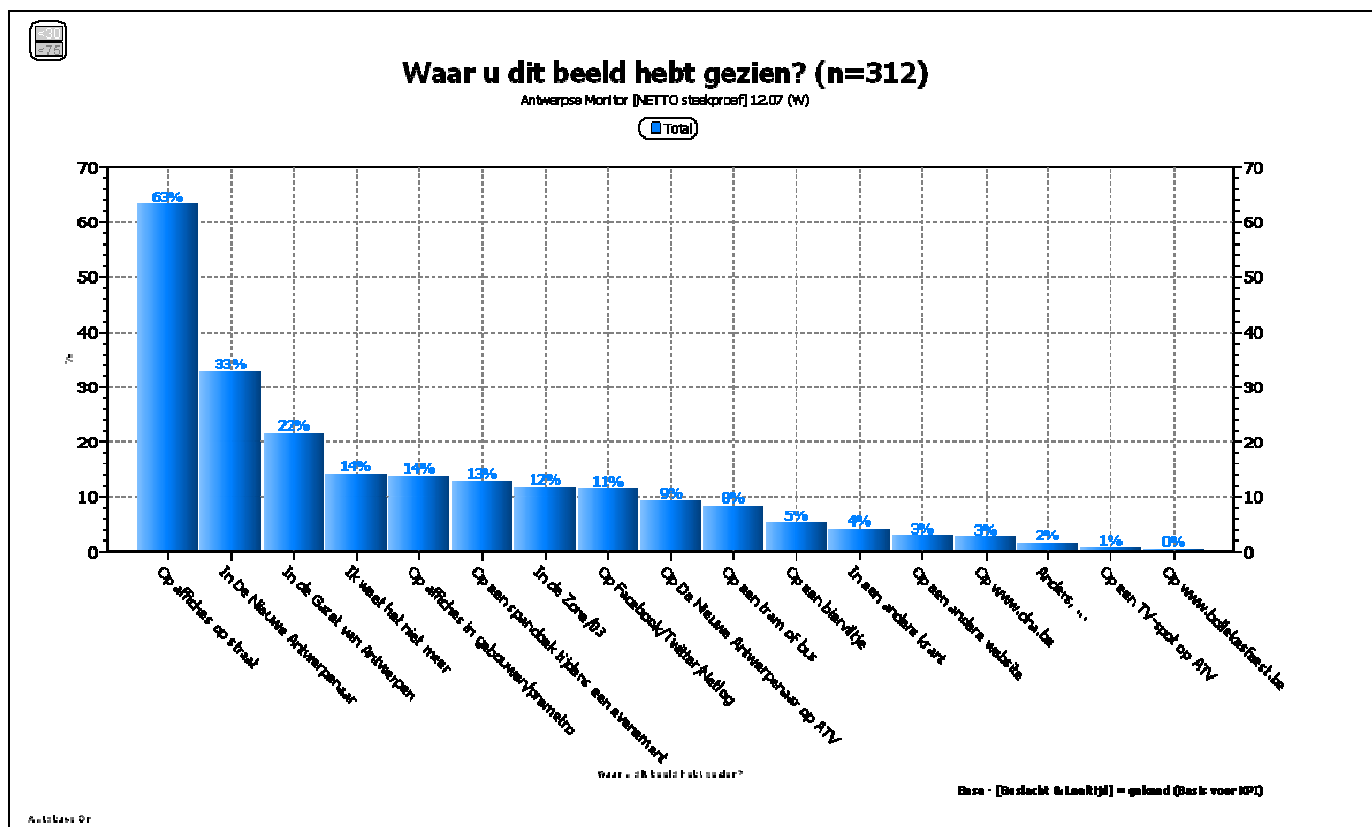
6.3.7 Campagne Bollekesfeest



62% van de respondenten heeft dit campagnebeeld gezien.

Ze werd in de eerste plaats gezien op affiches (63%), dan in De Nieuwe Antwerpenaar (33%) en vervolgens in de Gazet van Antwerpen (22%).

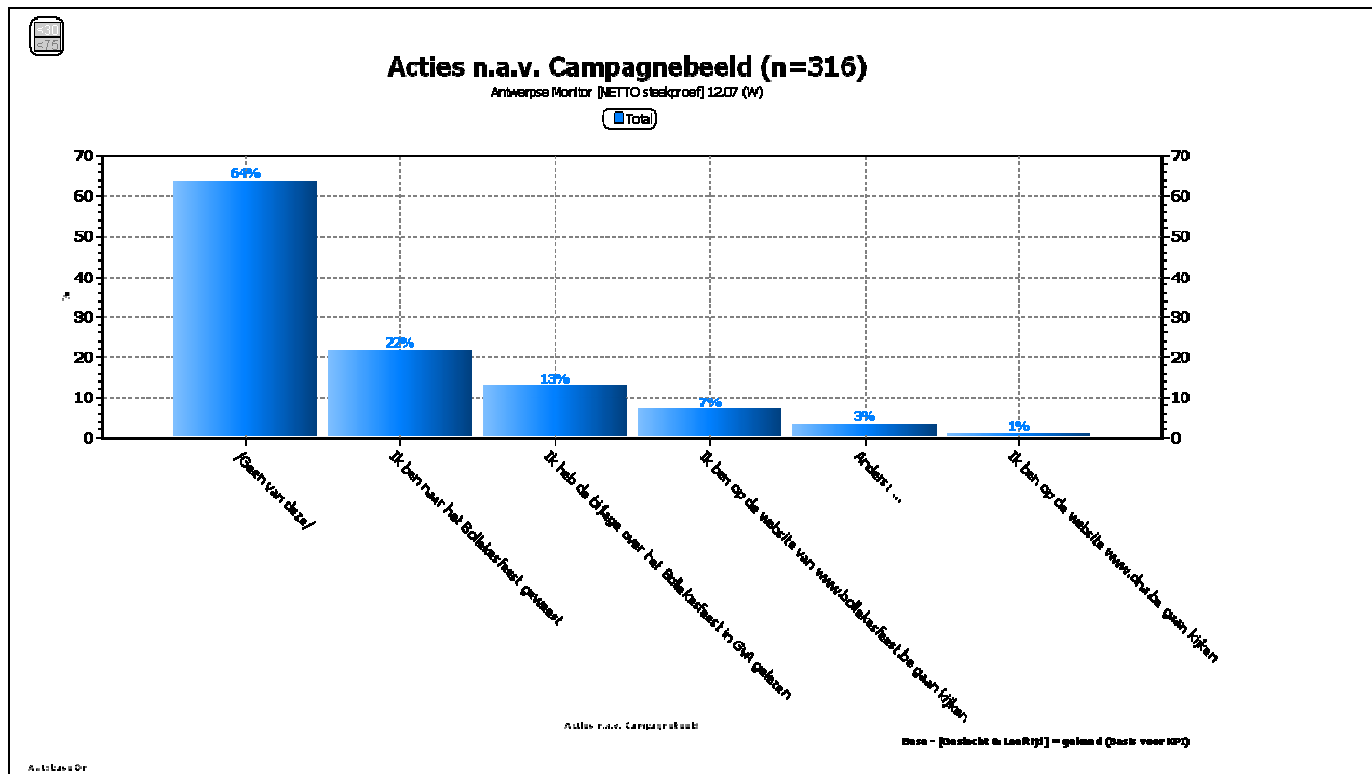
Grafiek 143: waar beeld Bollekesfeest gezien



Welke acties hebben respondenten ondernomen n.a.v. de campagne?

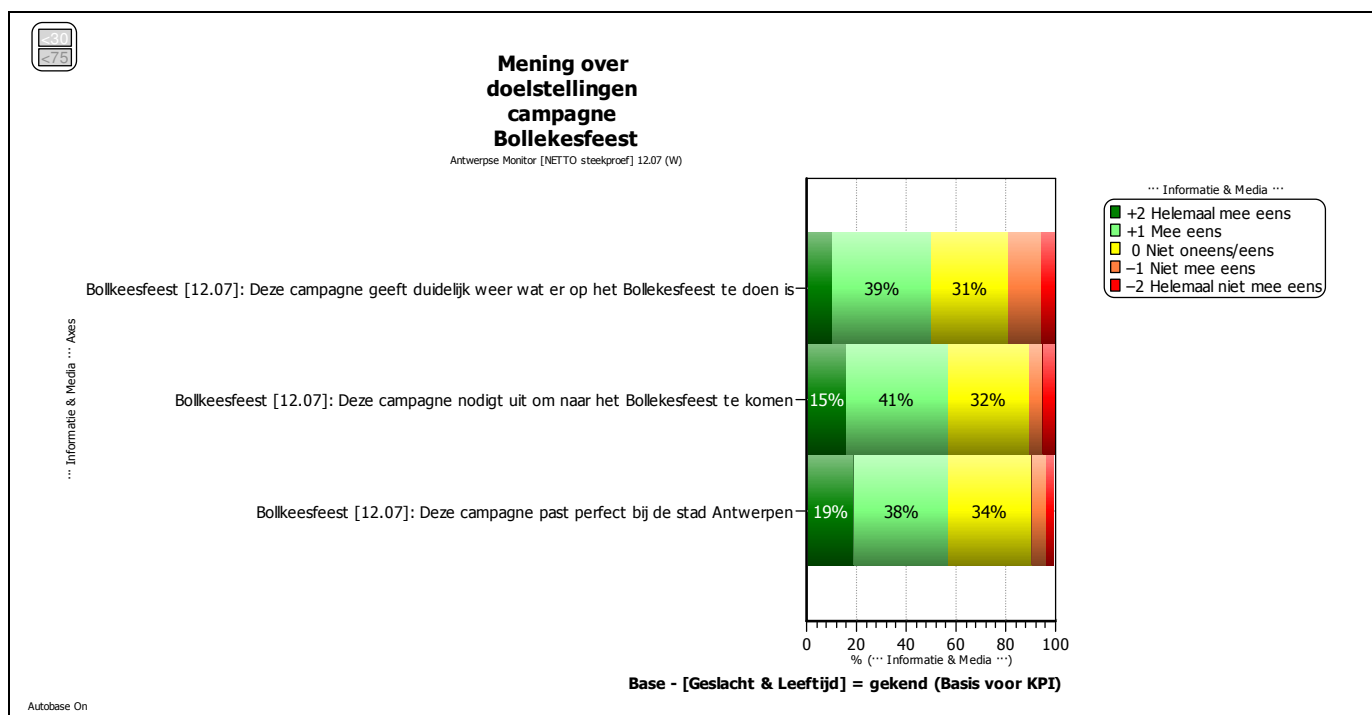
Ongeveer 64% ondernam geen van de opgesomde acties. 22% is naar het Bollekesfeest geweest.

Grafiek 144: acties n.a.v. campagne Bollekesfeest



Bijna de helft van de respondenten vindt dat deze campagne perfect bij de stad Antwerpen past en dat ze uitnodigt om naar Bollekesfeest te komen. Iets minder respondenten vindt dat de campagne duidelijk weergeeft wat er op het Bollekesfeest te doen is.

Grafiek 145: doelstelling campagne Bollekesfeest

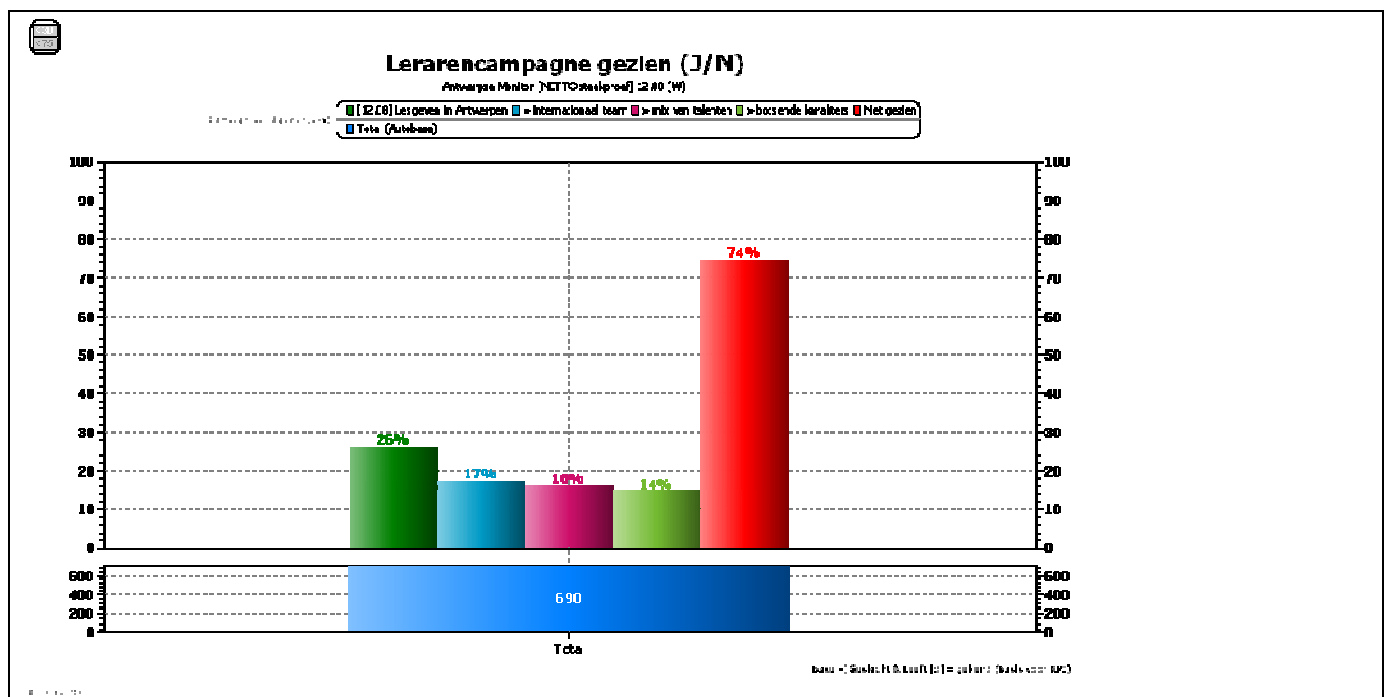


6.3.8 Campagne Leraren

De campagne bestond uit 3 verschillende beelden. In totaal werd de campagne opgemerkt door 26% van de Antwerpenaren van 16 tot 80 jaar, d.w.z. dat 26% zich herinnert één of meer van de beelden gezien te hebben. Per beeld afzonderlijk zit dit rond de 15%.



Grafiek 146: Lerarencampagne gezien per beeld



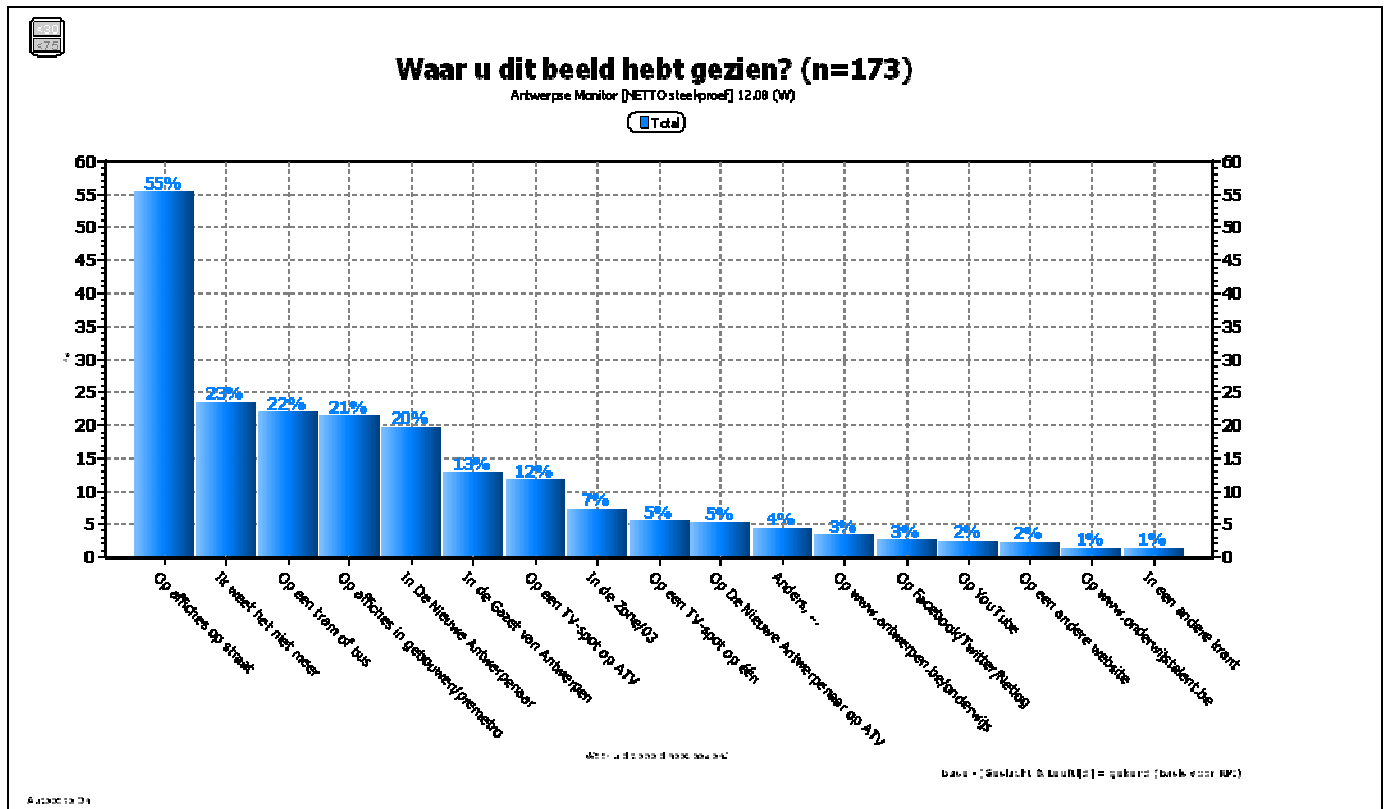
Zoals de meeste campagnes die we tot nu toe gemeten hebben, werd ook deze lerarencampagne het meeste opgemerkt op de affiches op straat. Op twee scoren de beelden op tram/bus en op drie affiches in gebouwen. Deze vraag werd enkel gesteld aan de respondenten die de campagne gezien hebben.

Even de topscores op een rij:

- 55% affiches op straat

- 23% weet niet meer waar gezien
- 22% op een tram of bus
- 21% affiches in gebouwen/premetro
- 20% in De Nieuwe Antwerpenaar

Grafiek 147: Waar beeld van lerarencampagne gezien



Aan de respondenten die de campagne gezien hebben, vragen we ook welke acties ze hebben ondernomen naar aanleiding van de campagne.

Dit zijn de resultaten:

- 3% (of 5 respondenten) is gaan kijken op www.onderwijstalent.be;
- 4% (of 7 respondenten) overweegt om het beroep van leraar te gaan uitoefenen;
- 5% (of 9 respondenten) antwoordde 'iets anders';
- 88% heeft geen van de opgesomde acties ondernomen.

De volgende antwoordcategorieën werden door niemand aangekruist:

- Ik heb contact genomen met onderwijstalent.
- Ik heb gesolliciteerd voor een job als leraar in een Antwerpse school.

Per campagne meten we in welke mate de doelstellingen behaald worden volgens de respondenten. Dit doen we zo: de campagnedoelstellingen worden geformuleerd als stellingen en aan respondenten vragen we in welke mate ze het ermee eens zijn.

De best scorende stelling is:

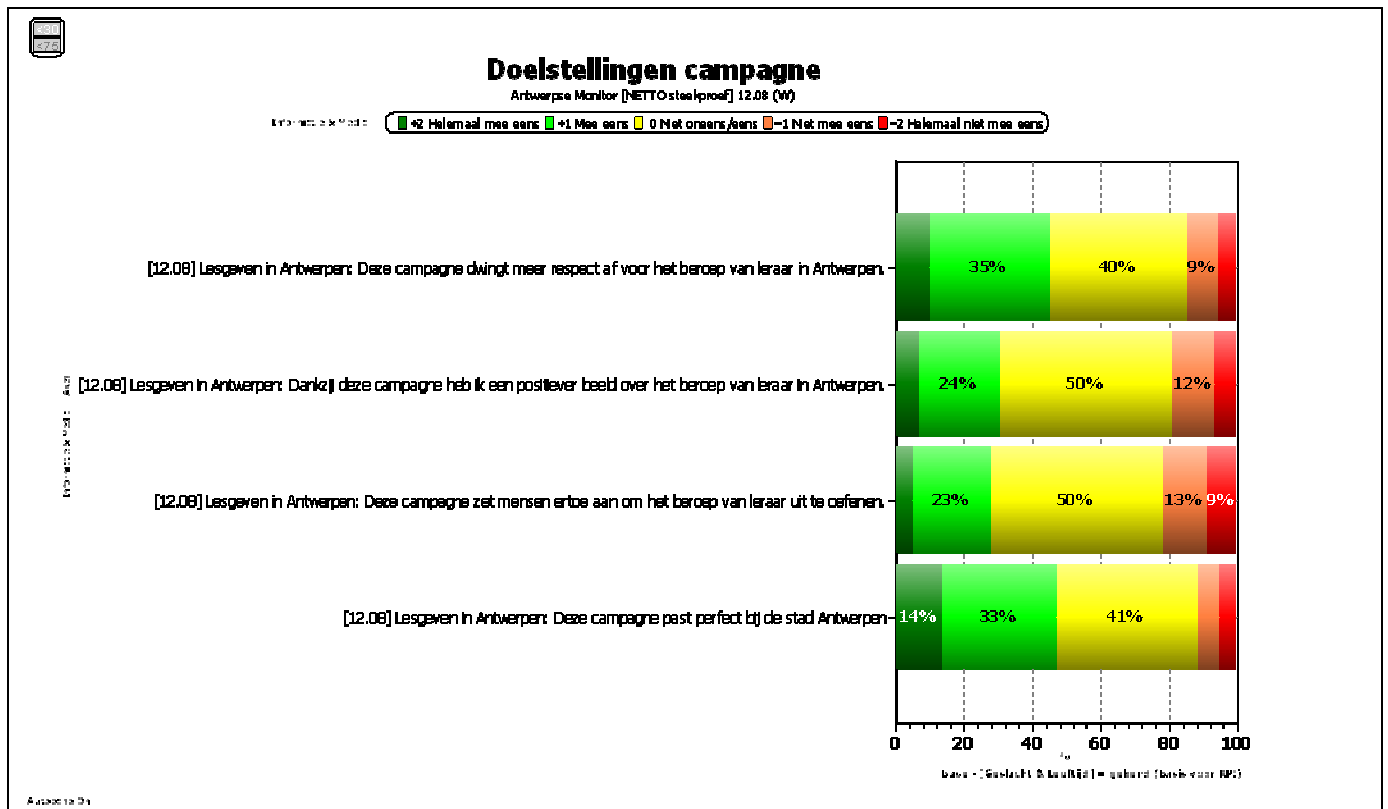
- Deze campagne dwingt meer respect af voor het beroep van leraar in Antwerpen.

Op de volgende stellingen is 50% van de respondenten neutraal:

- Dankzij deze campagne heb ik een positiever beeld over het beroep van leraar in Antwerpen.
- Deze campagne zet mensen ertoe aan om het beroep van leraar uit te oefenen.

Wanneer we deze stellingen enkel bekijken bij de respondenten die de campagne gezien hebben, dan merken we dat de stellingen iets positiever scoren, maar dat de volgorde van de stellingen gelijk blijft.

Grafiek 148: doelstellingen Lerarencampagne



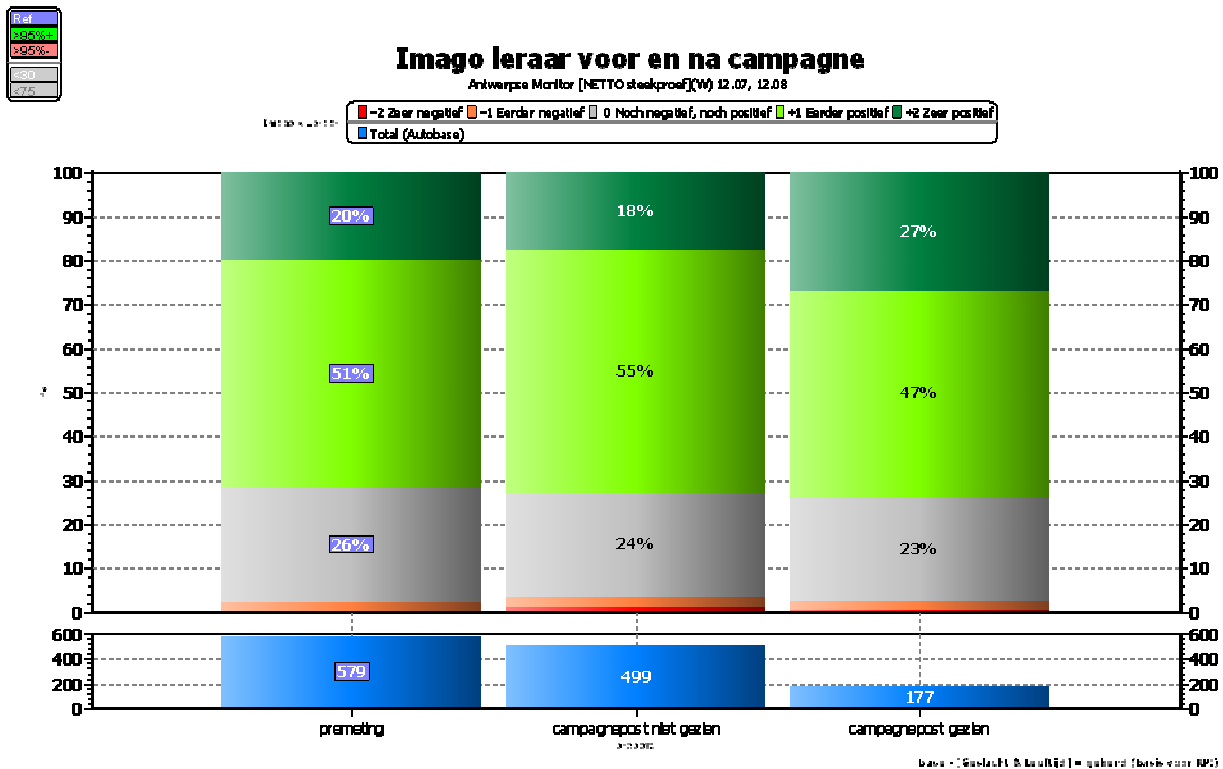
Heeft de campagne nu eigenlijk effect gehad?

Om dit te onderzoeken, hebben we op twee parameters de resultaten vóór de campagne (premeting) vergelijken met die na de campagne. De resultaten na de campagne hebben we opgesplitst in: respondenten die campagne niet gezien hebben (campagnepost niet gezien) en respondenten die de campagne wel gezien hebben (campagnepost gezien).

De resultaten vóór de campagne (premeting) werden als referentiecategorie genomen.

Wat betreft het imago van het beroep leraar zien we dat er na de campagne een verbetering is bij de respondenten die de campagne gezien hebben (van 20% naar 27%). Dit verschil is echter niet significant.

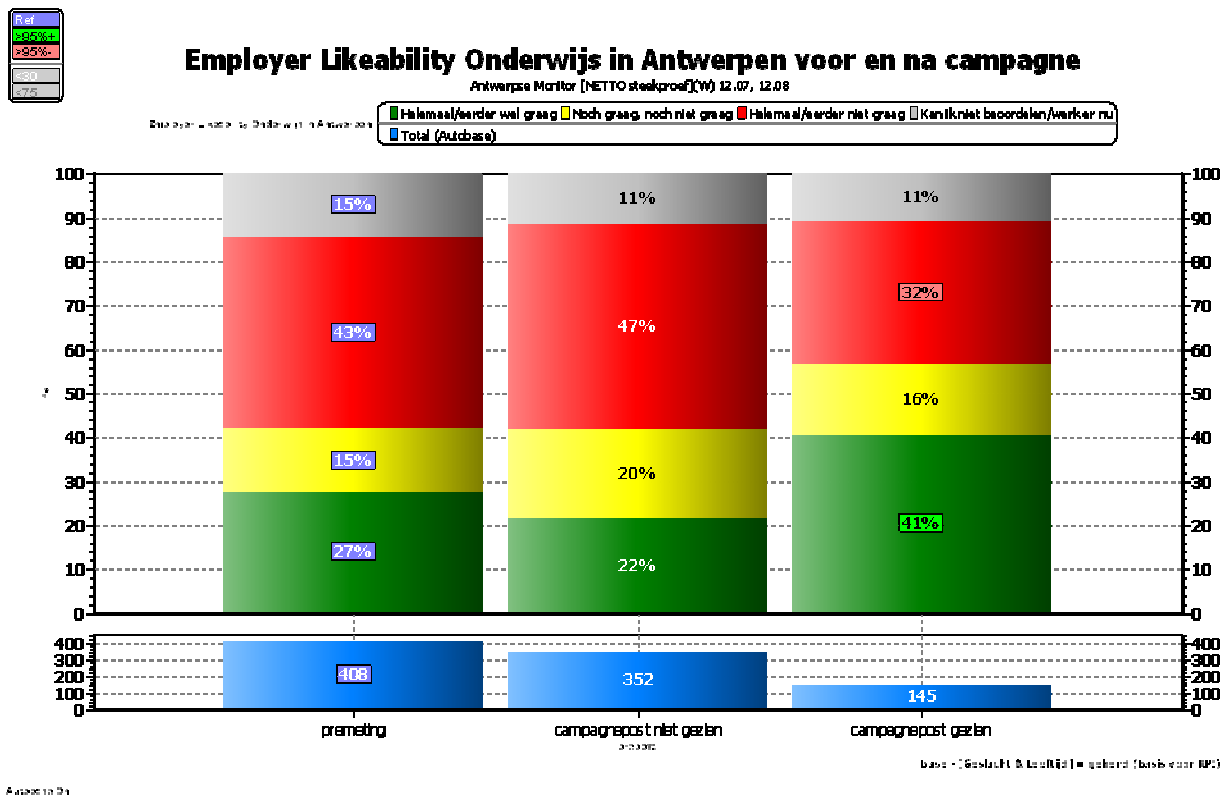
Grafiek 149: Imago leraar voor en na campagne



Antwerpen 12.08

We zien wel een significant verschil bij het werkgeversimago voor het beroep leraar in de stad Antwerpen: significant meer respondenten die de campagne gezien hebben, zouden graag het beroep van leraar in Antwerpen uitoefenen. Vóór de campagne zou 27% van de respondenten als leraar willen werken, na de campagne stijgt dit in de groep die campagne gezien heeft naar 41%. Bij de groep die de campagne niet gezien heeft, zien we geen significant verschil met de premeting.

Grafiek 150: employer likeability leraar in Antwerpen, voor en na campagne



6.3.9 Appreciatie campagnes

Van alle campagnes meten we de ‘likeability’ of de mate waarin de respondenten de campagne appreciëren, wat de attitude van de respondent is tegenover de campagne.

Waarom meten we dit?

Marketingcommunicatie vertrekt vanuit de theorie van de hiërarchie van de effecten. Hierover bestaan verschillende modellen: AIDA, AIDCA, AETA, ACCA,...

Bij de hiërarchie van de effecten wordt aangenomen dat zaken in een bepaalde volgorde gebeuren.

Volgens deze modellen doorlopen de klanten of consumenten drie fasen: een cognitieve, affectieve en conatieve of gedragsmatige fase (denken – voelen – doen).

In de cognitieve fase gaan klanten nadenken, wat leidt tot bekendheid met en kennis over het merk, de dienst of het product. In de affectieve fase komt er een gevoelsmatige respons en wordt er een bepaalde attitude gevormd. De gedragsmatige fase verwijst naar het ondernemen van een bepaalde actie.

Dit proces meten we aan de hand van zes items die een indicatie geven van de score van de campagne of communicatie uiting op elk van deze drie niveaus⁴:

- cognitief: duidelijk en informatief ;
- affectief: origineel en goed gemaakt;
- conatief of gedragsmatig: nuttig en zinvol.

⁴ Gevalideerd in het Gouden Gluon onderzoek van 1998 en 1999.

Per campagne kunnen we dus zeggen in welke mate ze scoort op elk van deze drie niveaus en door de gemiddelde scores te vergelijken, kunnen we de campagnes ten opzichte van elkaar benchmarken.

De volgende tabel geeft het overzicht van de gemiddelde scores per campagne weer op elk van de items en niveaus. We geven hier alle campagnes die tot nu toe via de Antwerpse monitor werden gemeten. In het blauw is het gemiddelde van alle campagnes. Een rood cijfer scoort significant lager dan dit gemiddelde, een groen cijfer significant hoger. Een cijfer in zwart wijkt niet significant af van het gemiddelde.

	cognitief		affectief		conatief	
	duidelijk	informatief	goed gemaakt	origineel	nuttig	zinnig
Totaal	0,56	0,69	0,58	0,61	0,33	0,56
Pas geveegd	1,07	0,83	0,85	0,52	0,92	0,86
10 Miles	0,89	0,81	0,69	0,11	0,69	0,71
Blauwe Lijn	0,96	0,99	0,58	0,14	1,02	1,01
Wonen	0,41	0,41	0,49	0,33	0,37	0,37
Middelheim	0,49	0,46	0,65	0,65	0,44	0,44
Zomer	0,55	0,3	0,43	0,07	0,45	0,41
Bollekesfeest	0,63	0,49	0,63	0,41	0,32	0,39
Leraren	0,58	0,4	0,59	0,43	0,38	0,38

De campagne die op alle niveaus hoger scoort dan gemiddeld is Pas geveegd. Ook de campagne Antwerp 10 Miles scoort op alles behalve origineel hoger dan gemiddeld. De Blauwe Lijn scoort op 4 items hoger en op 'origineel' lager, terwijl 'goed gemaakt' hier gemiddeld scoort.

En campagne die over de hele lijn lager scoort dan gemiddeld is de Zomercampagne. Ook de campagne van het vernieuwde Middelheimmuseum en de Lerarencampagne scoren op 4 van de 6 items lager. Deze campagnes scoren wel hoger op 'origineel'. Het Bollekesfeest scoort eerder gemiddeld met vier van de 6 items op een gemiddelde score en twee items lager dan het gemiddelde.

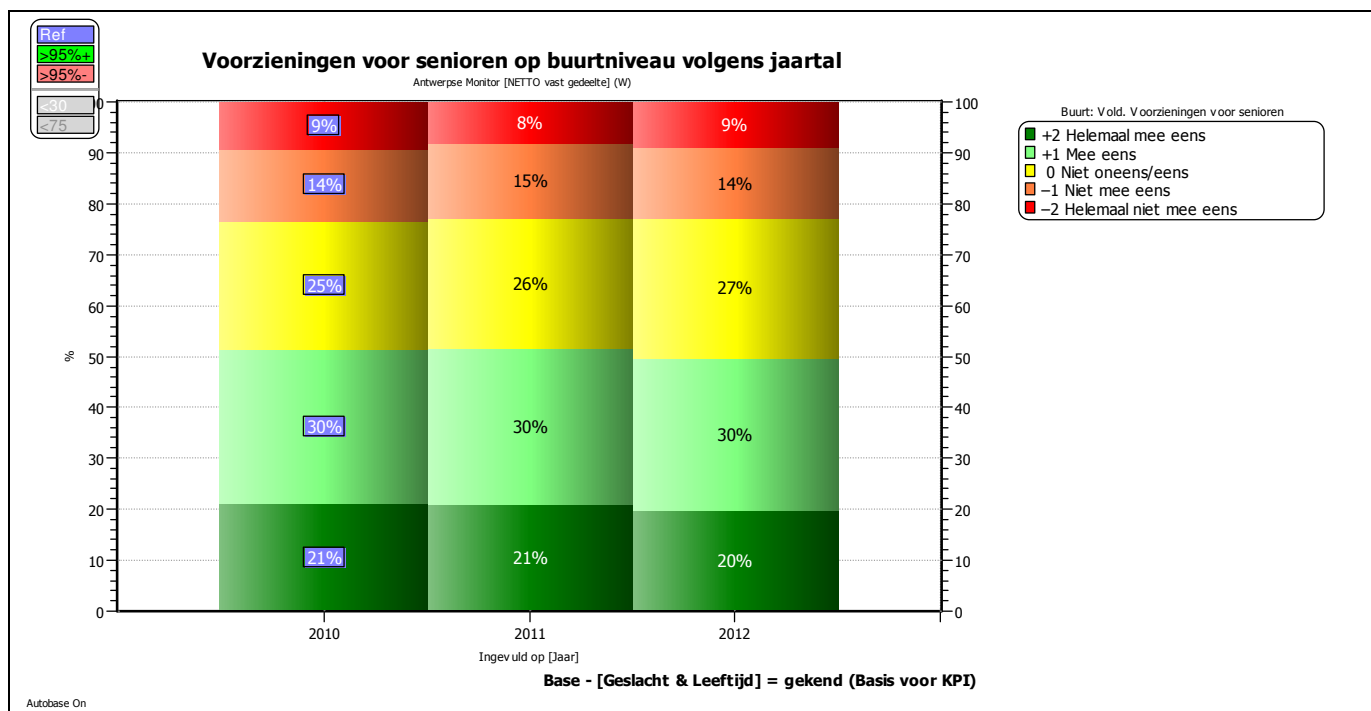
Uiteraard is het vooral belangrijk om een goede score te behalen om dat niveau dat men via de campagne wilde bereiken. Als de doelstelling van een campagne is: de Antwerpenaar informeren, dan is een goede score op het cognitieve niveau belangrijk.

6.4 Maximale toegang tot kwaliteitsvolle gezondheidszorg op maat

6.4.1 Voorzieningen voor senioren op buurniveau

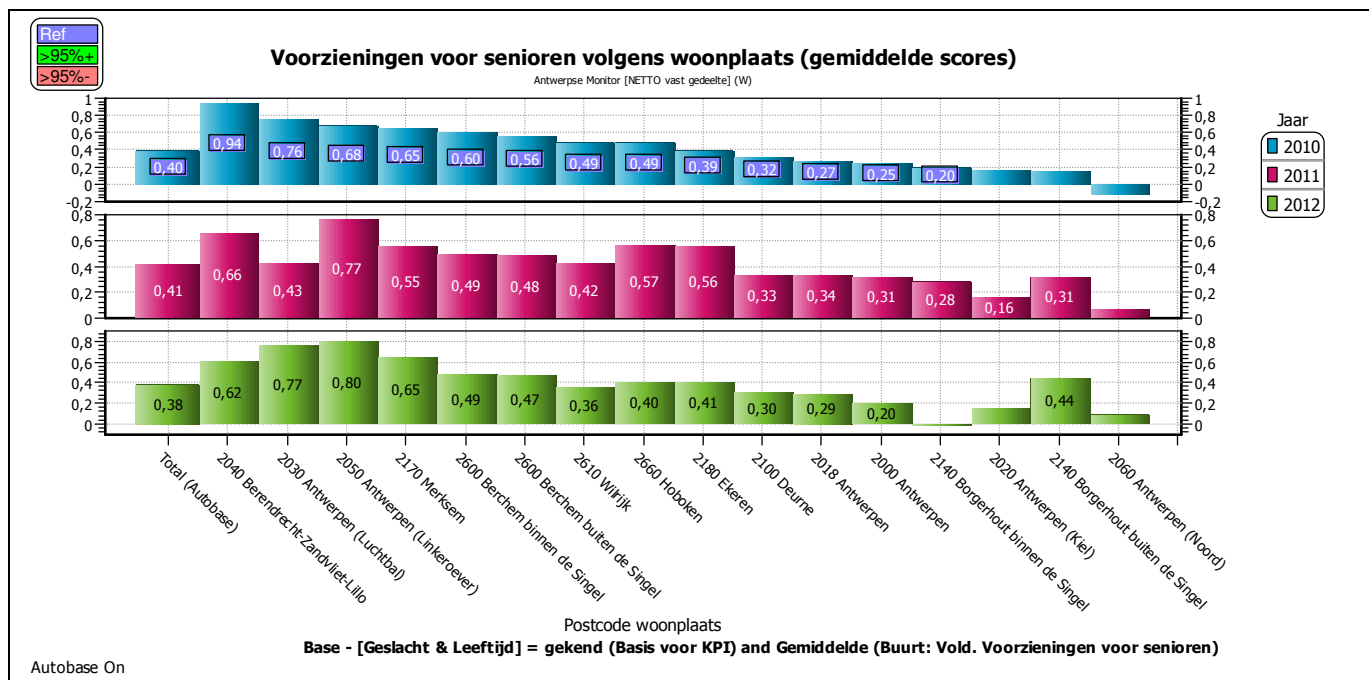
Indien enkel de respondenten met een mening in beschouwing worden genomen, is de helft van de respondenten tevreden met het aanbod voor senioren, één op vier is niet tevreden. We merken geen verschillen tussen het jaar 2010, 2011 en 2012.

Grafiek 151 Appreciatie aanbod van voorzieningen voor senioren in de buurt, 2010, 2011 en 2012



De volgende grafiek geeft de verschillen weer tussen de postcodes in de stad Antwerpen. In Antwerpen Noord en op het Kiel zijn de respondenten significant minder tevreden over het aanbod aan voorzieningen voor senioren. Ten opzichte van 2010 lijken Berendrecht-Zandvliet-Lillo, Antwerpen (Luchtbal) en Borgerhout binnen de Singel iets achteruit te gaan, maar de verschillen zijn niet significant. Borgerhout buiten de Singel scoort in 2011 en 2012 beter dan in 2010 maar het verschil is ook nu weer niet significant.

Grafiek 152 Appreciatie aanbod van voorzieningen voor senioren in de buurt volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012

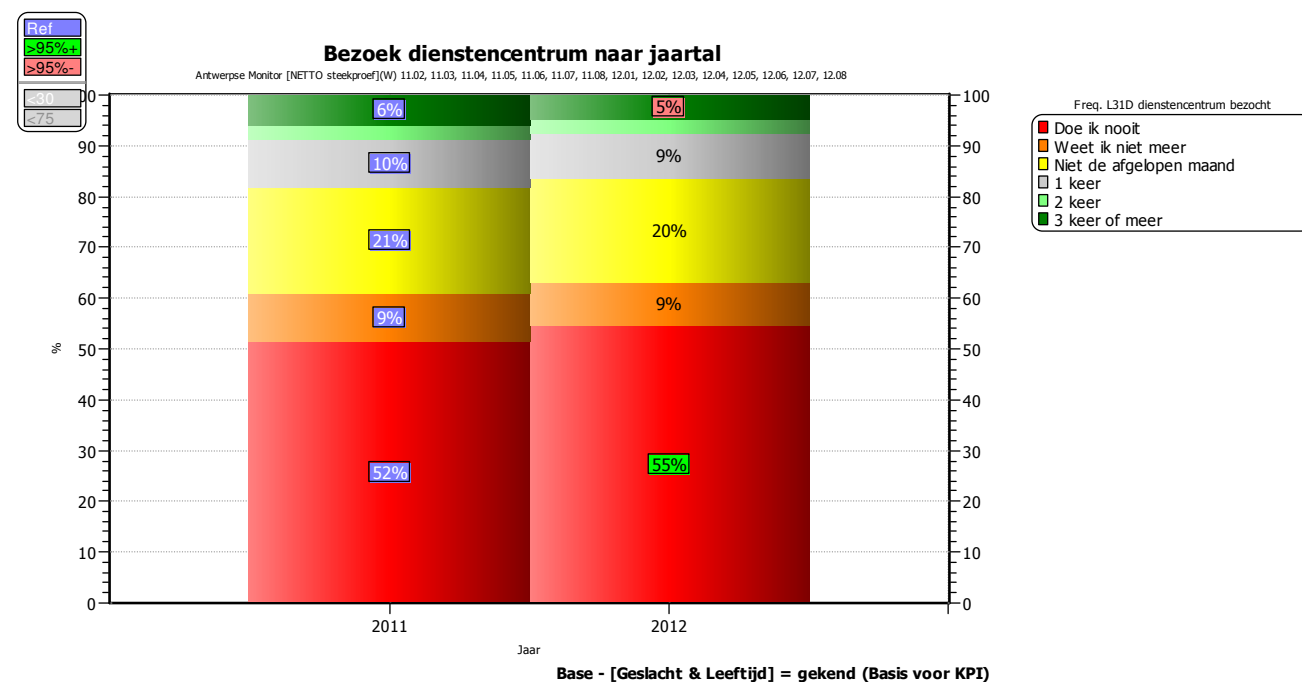


6.4.2 Dienstencentra

Vanaf de tweede golf van 2011 werd een item toegevoegd i.v.m. de vrijetijdsbesteding de laatste maand, namelijk het bezoek van een dienstencentrum.

We zien dat de helft van de respondenten nooit een dienstencentrum bezoekt. Ongeveer 17% geeft aan de afgelopen maand minstens één keer een dienstencentrum bezocht te hebben. Vergelijken met 2011 is het aandeel mensen dat nooit een dienstencentrum bezoekt gestegen.

Grafiek 153: Laatste maand dienstencentrum bezocht in 2011 en 2012



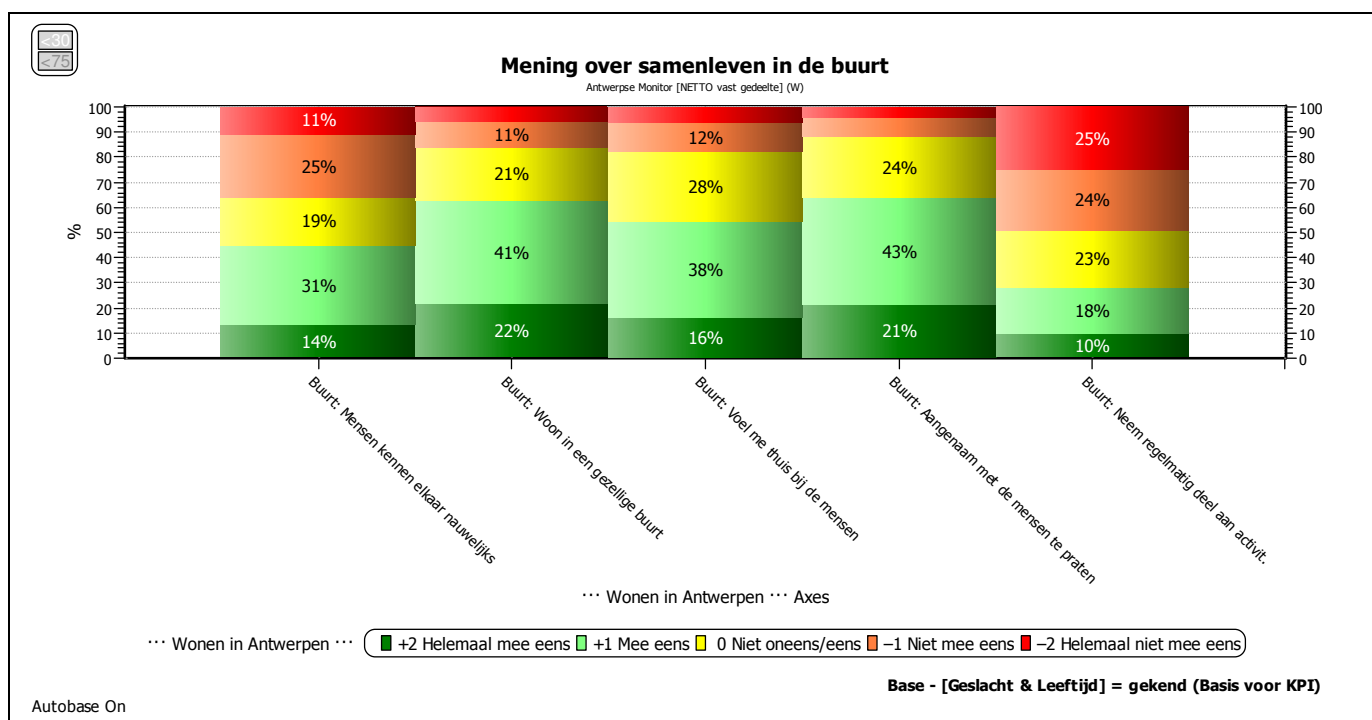
Autobase On

6.5 Samen leven in de buurt

In welke mate zijn respondenten het eens met uitspraken over het samen leven in hun buurt? Uit de volgende grafiek lezen we dat een meerderheid positief staat tegenover het wonen in zijn buurt:

- 64% vindt het aangenaam om met de mensen in zijn buurt te praten, ongeveer 11% is het daar niet mee eens;
- 63% woont in een gezellige buurt, versus ongeveer 16% dat dit niet zo ervaart;
- 54% voelt zich thuis bij de mensen in zijn buurt, 18% niet.

Grafiek 154: Mening over samenleving in de buurt (alle jaren)

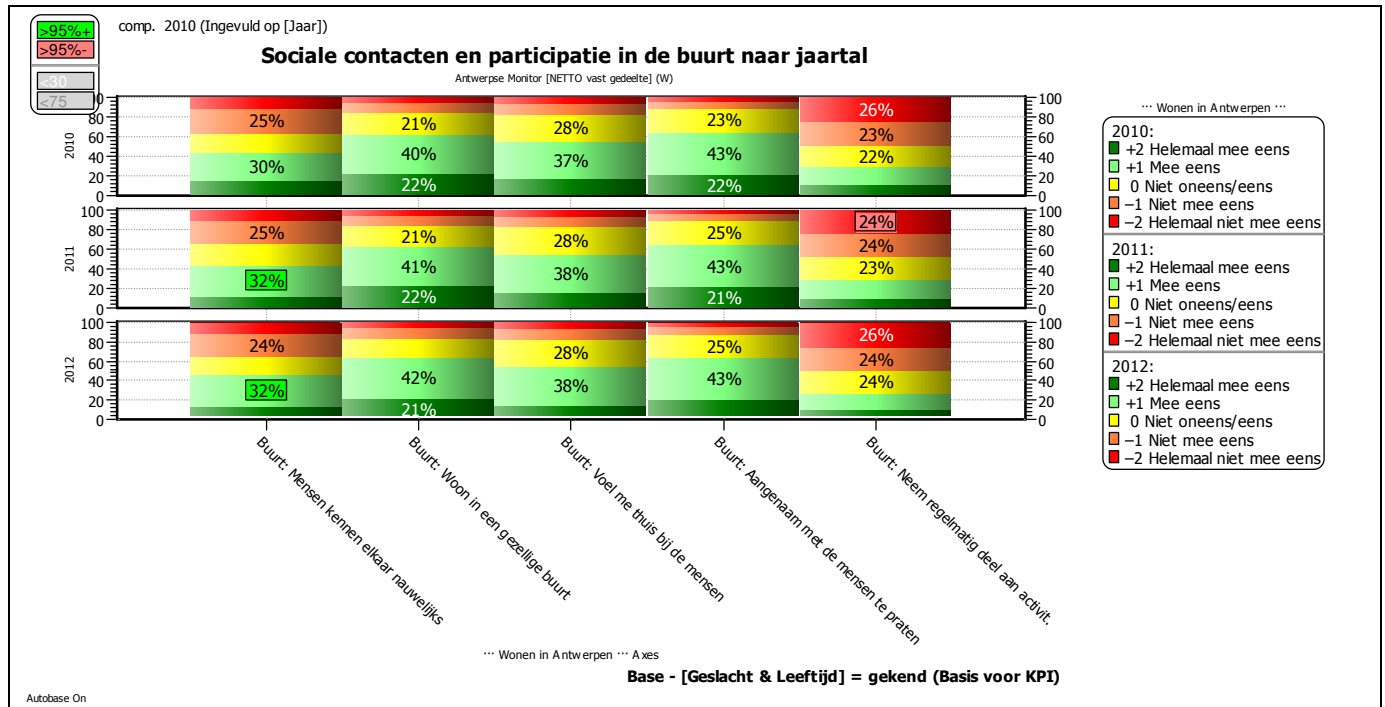


Op dit vlak merken we geen verschillen tussen de verschillende jaren, zoals blijkt uit volgende grafiek.

45% van de respondenten is van mening dat mensen elkaar nauwelijks kennen, 35% gaat niet akkoord met deze uitspraak. Het aandeel respondenten dat het hier helemaal mee eens is, is in 2011 verminderd met 2 procent ten voordele van diegenen die het eens zijn en deze score is behouden gebleven in 2012.

Participatie aan het buurtleven blijft relatief laag: de helft van de respondenten neemt niet regelmatig deel aan activiteiten in zijn buurt. Wel is het aandeel mensen dat helemaal niet participeert, licht afgenomen in 2011 en in 2012 terug gestegen tot het peil van 2010.

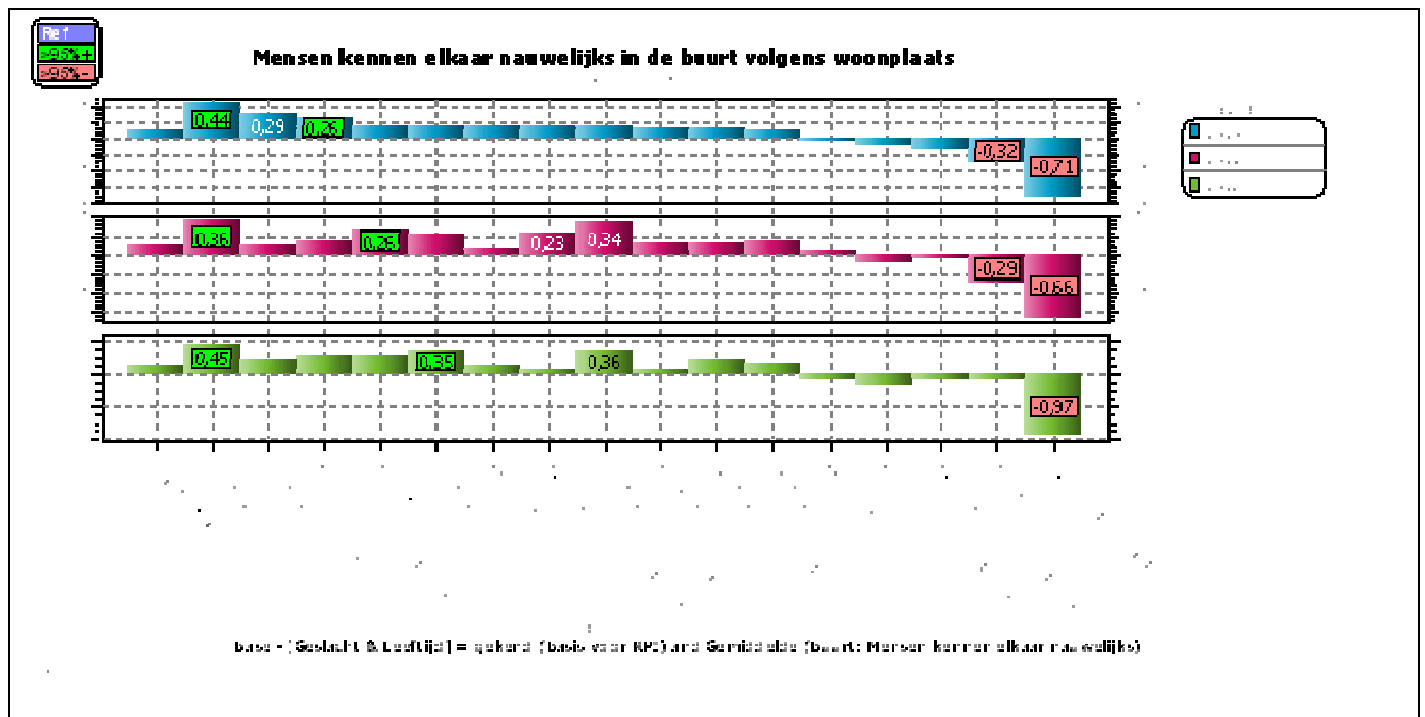
Grafiek 155 Sociale contacten en participatie in de buurt, 2010, 2011 en 2012



Wanneer we de items uit bovenstaande grafiek apart per postcode bekijken, dan zien we wel verschillen. In deze grafiek wordt elk jaar vergeleken met het gemiddelde van dat jaar. Zo zien we dat in 2012 Antwerpen (2000) en Antwerpen (Kiel) hoger dan gemiddeld scoren op ‘mensen kennen elkaar nauwelijks’ en Berendrecht-Zandvliet-Lillo lager dan gemiddeld.

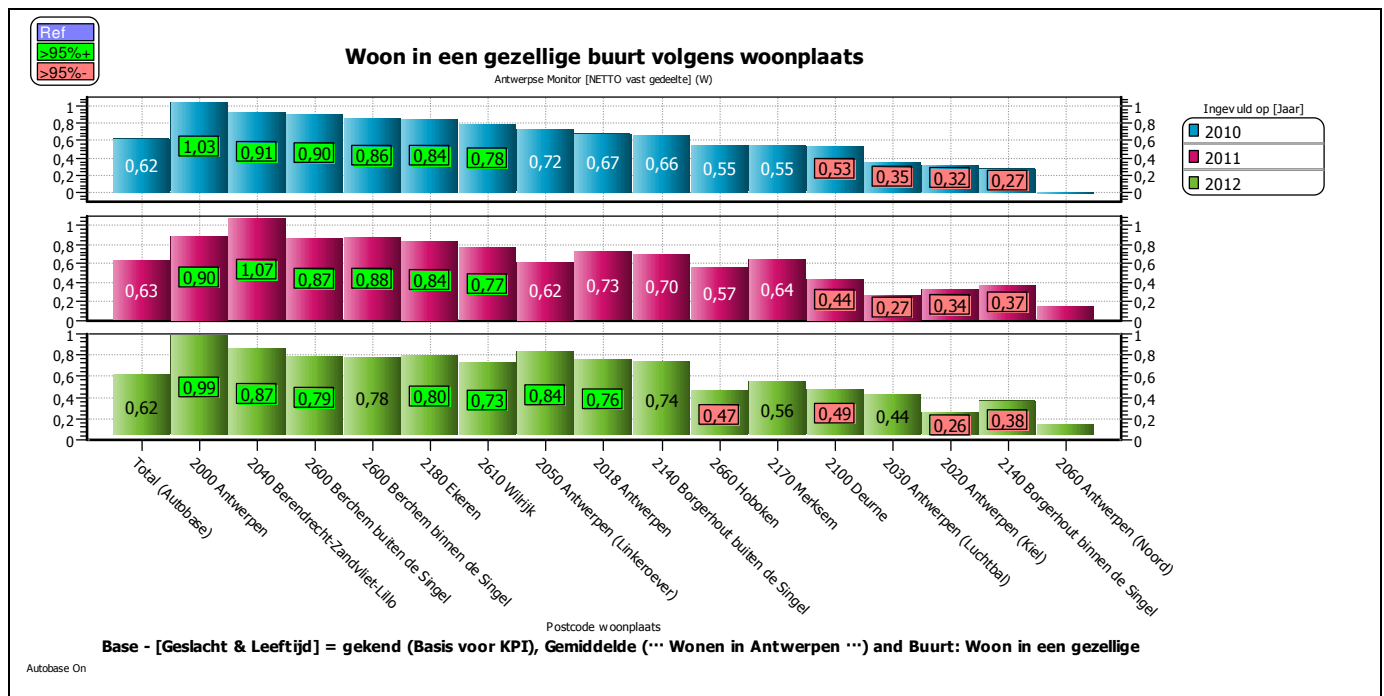
Wanneer we 2010 als referentie nemen, zijn er geen verschillen. Er zijn dus geen significante verschillen wanneer we 2011 en 2012 vergelijken met 2010. (grafiek niet opgenomen)

Grafiek 156 Mensen kennen elkaar nauwelijks in de buurt, volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012 (gemiddelde scores)



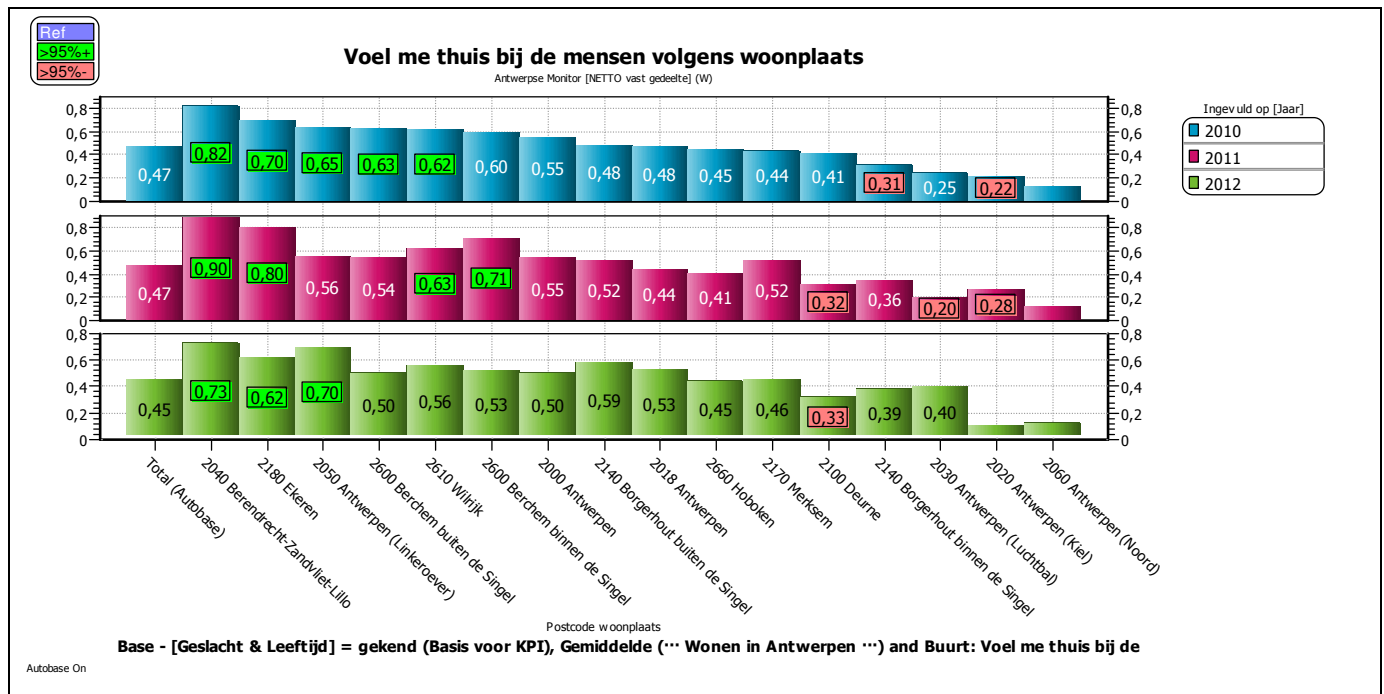
Wanneer we per jaar de mening van de respondenten uit de districten vergelijken met het gemiddelde, stellen we voor 2012 vast dat de respondenten van Antwerpen (2000) en Berendrecht-Zandvliet-Lillo het vaakst positief oordelen over de gezelligheid. Samen met de respondenten uit de districten Antwerpen (Linkeroever) , Berchem, Ekeren, Wilrijk en Antwerpen (2018) vinden zij significant vaker dat het gezellig wonen is in hun buurt. Antwerpen Noord blijft met voorspong de minst gezellige buurt om te wonen, gevolgd door Antwerpen Kiel en Luchtbal. Ook nu zien we geen verschil als we 2010 als referentiecategorie gebruiken (grafiek niet opgenomen)

Grafiek 157 Ik woon in een gezellige buurt, volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



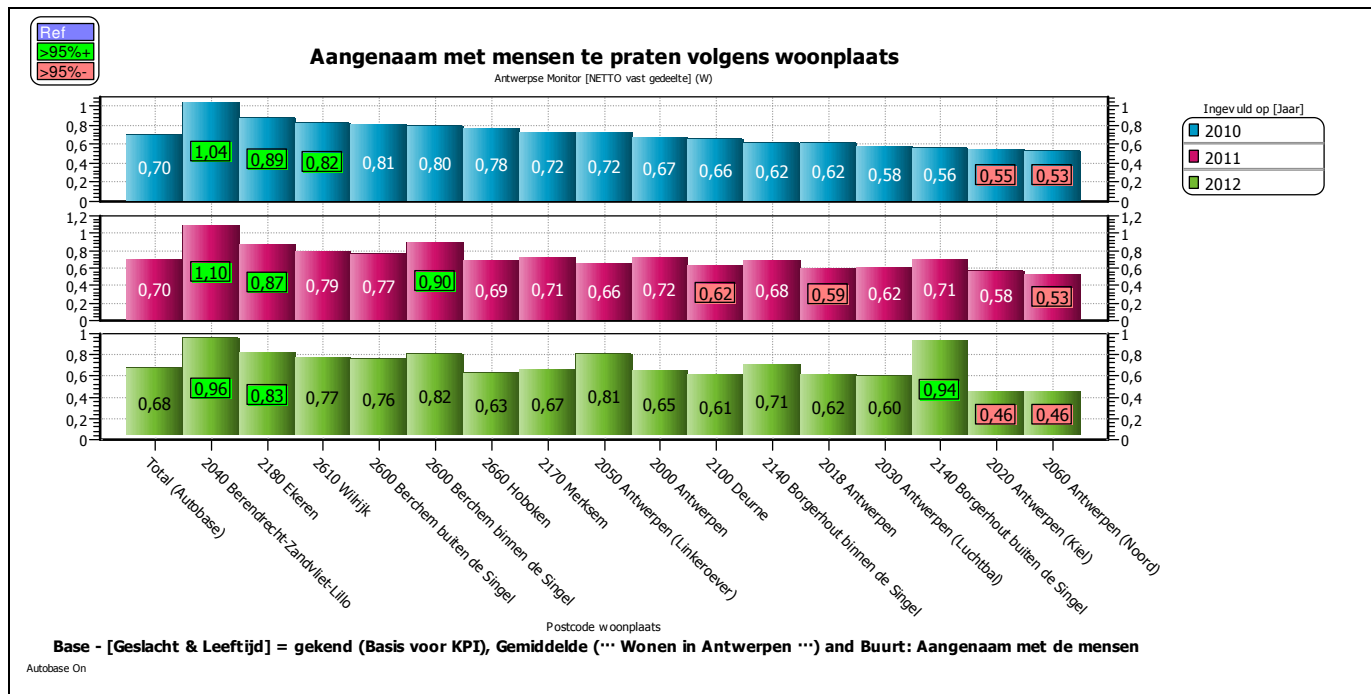
Voor wat betreft het ‘zich thuis voelen bij de mensen’ scoren de districten Berendrecht-Zandvliet-Lillo, Ekeren en Antwerpen (Linkeroever) in 2012 significant hoger en Deurne scoort lager. Ook nu zijn er geen verschillen wanneer we 2010 als referentie nemen. (grafiek niet opgenomen)

Grafiek 158 Ik voel me thuis bij de mensen, volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



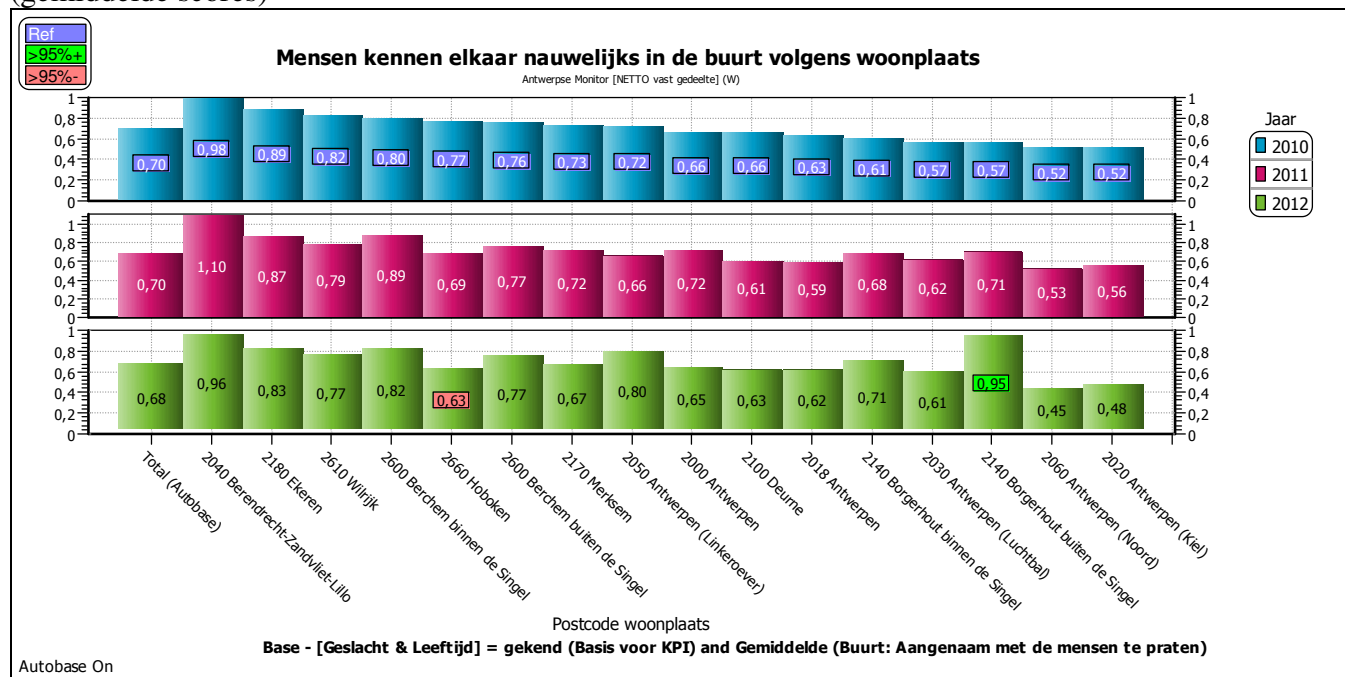
Vooraf in Berendrecht-Zandvliet-Lillo en Borgerhout buiten de Singel vonden respondenten het aangenaam om met mensen te praten in 2012. Minder aangenaam vond men dat in Antwerpen(Kiel) en Antwerpen (Noord).

Grafiek 159 Aangenaam om met de mensen te praten in de buurt, volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



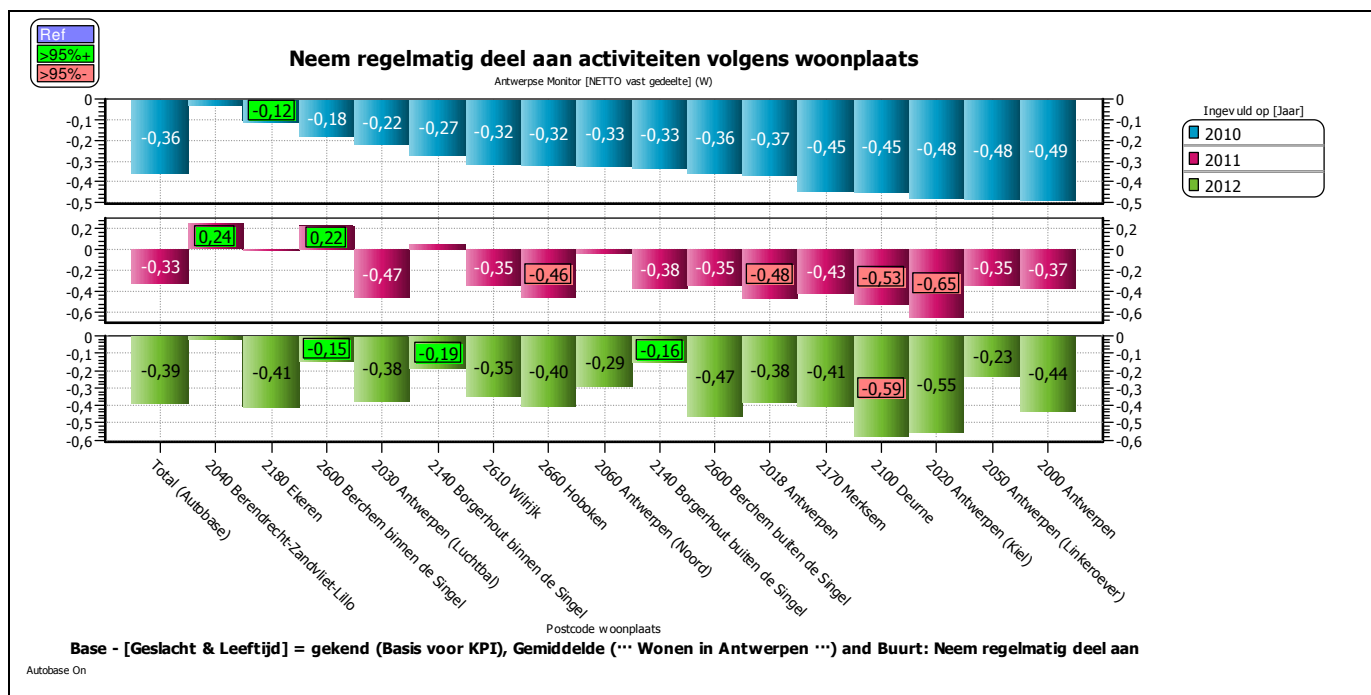
In de volgende grafieken nemen we 2010 als referentiecategorie. We stellen dan vast dat Hoboken lager scoort in vergelijking met 2010 en Borgerhout buiten de Singel scoort hoger op de stelling 'mensen kennen elkaar nauwelijks in de buurt'.

Grafiek 160: Mensen kennen elkaar nauwelijks in de buurt, volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012 (gemiddelde scores)



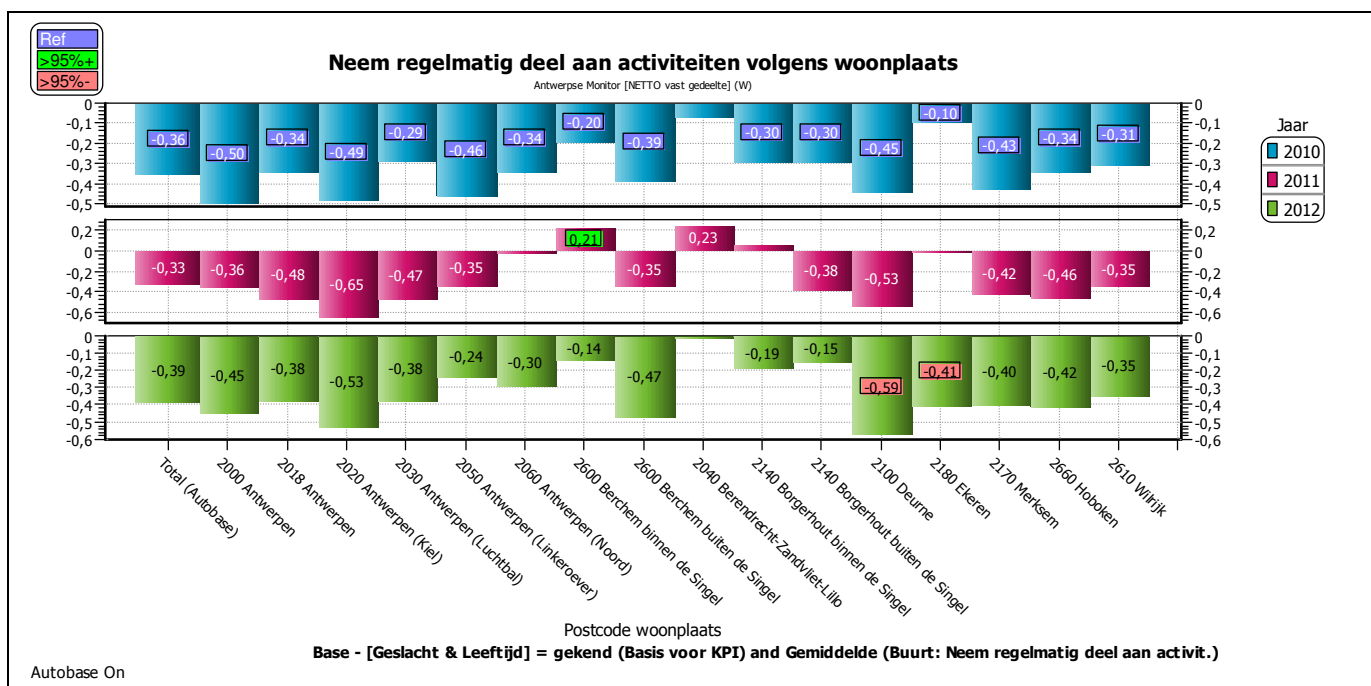
De participatiegraad van respondenten scoort hoger vergeleken met het gemiddelde van 2012 in Berchem en Borgerhout binnen de Singel en Borgerhout buiten de Singel en lager in Deurne.

Grafiek 161 Neem regelmatig deel aan activiteiten in de buurt, volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



Wanneer we de participatiegraad van 2012 voor elke postcode vergelijken met 2010, stellen we vast dat Deurne en Ekeren erop achteruitgaan ten opzichte van 2010. De score wordt nog negatiever in 2012. Opvallend is nog dat Berchem binnen de Singel en Berendrecht-Zandvliet-Lillo in 2011 positief scoorden, maar in 2012 terug een negatieve score hebben, vergelijkbaar met 2010.

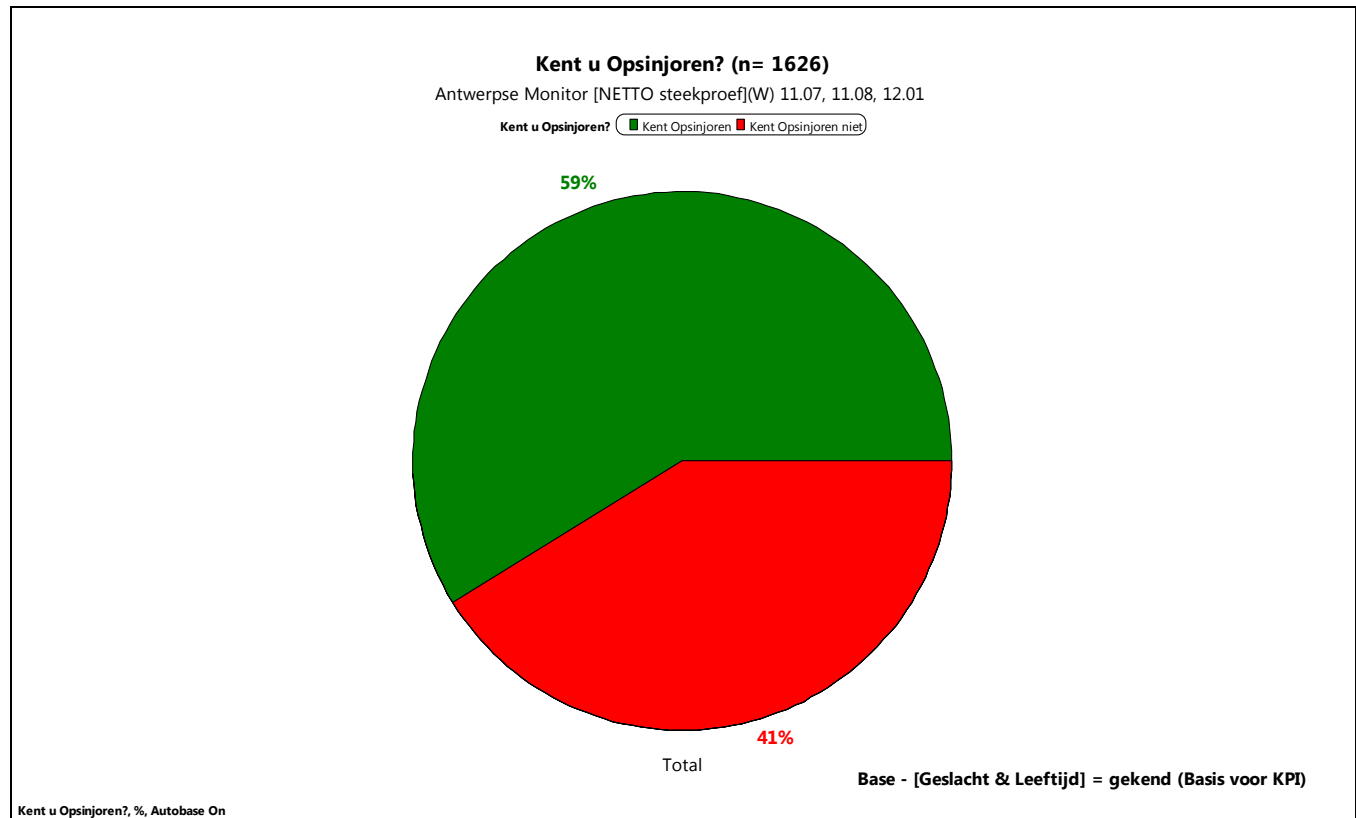
Grafiek 162: Neem regelmatig deel aan activiteiten in de buurt, volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



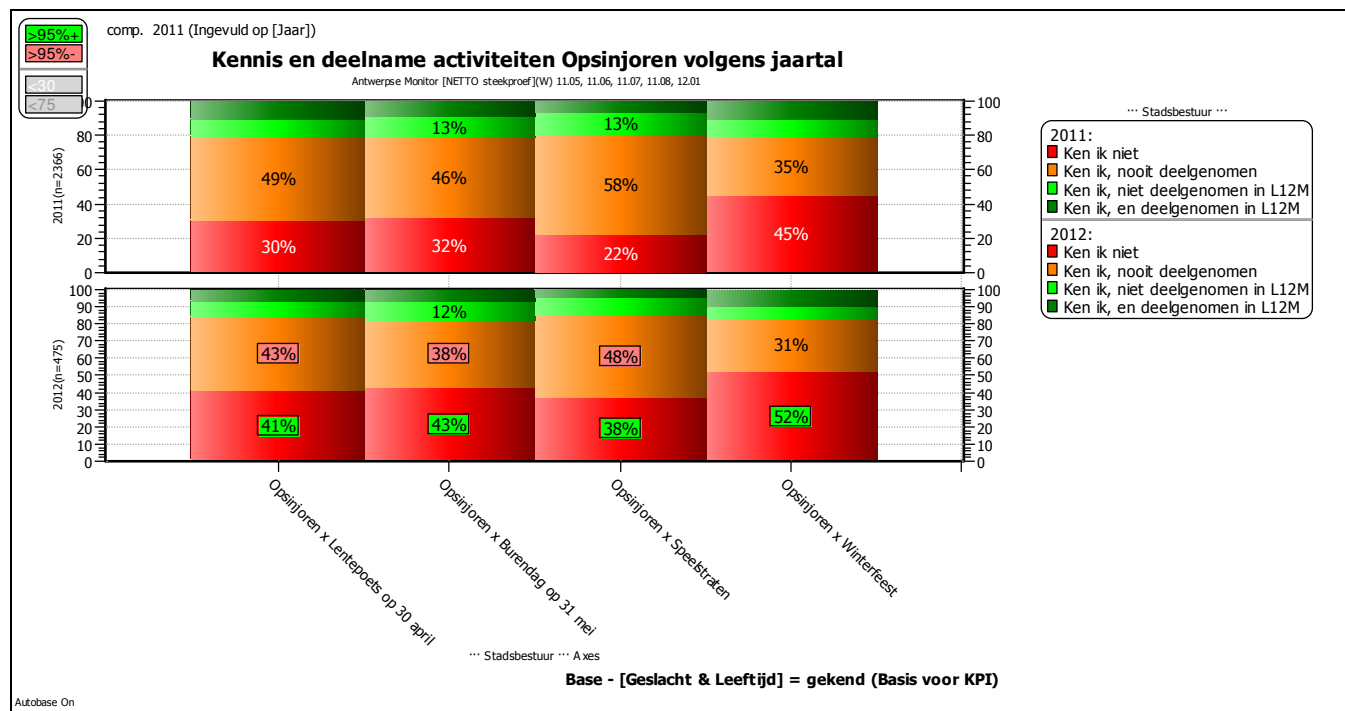
In golf 7 en 8 van 2011 en golf 1 van 2012 werd de vraag naar kennis van Opsinjoren opgenomen (geholpen via toelichting en logo van Opsinjoren). Hieruit blijkt dat 60% van de respondenten Opsinjoren kent.

Ongeveer een derde van de respondenten kent de Lentepoets en de Burendag. De meest gekende activiteiten zijn de Speelstraten (slechts 22% kent dit niet in 2011 en 38% in 2012). Winterfeest is minder gekend (45% kent dit niet in 2011 en 52% in 2012). Verder zien we dat deelname aan de vier evenementen ongeveer gelijk is, maar dat de kennis er in 2012 voor alle vier op achteruit ging.

Grafiek 163: kennis Opsinjoren

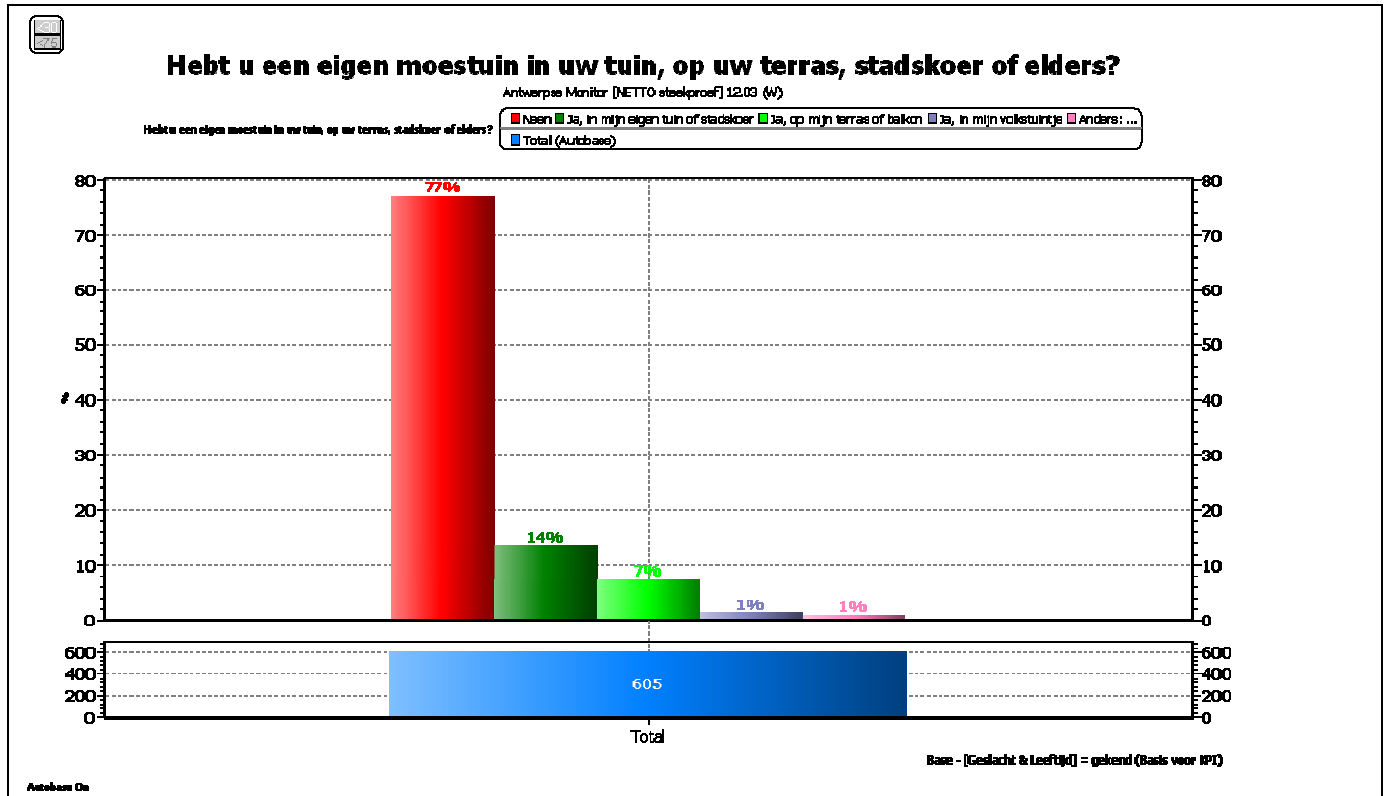


Grafiek 164: kennis en deelname activiteiten Opsinjoren



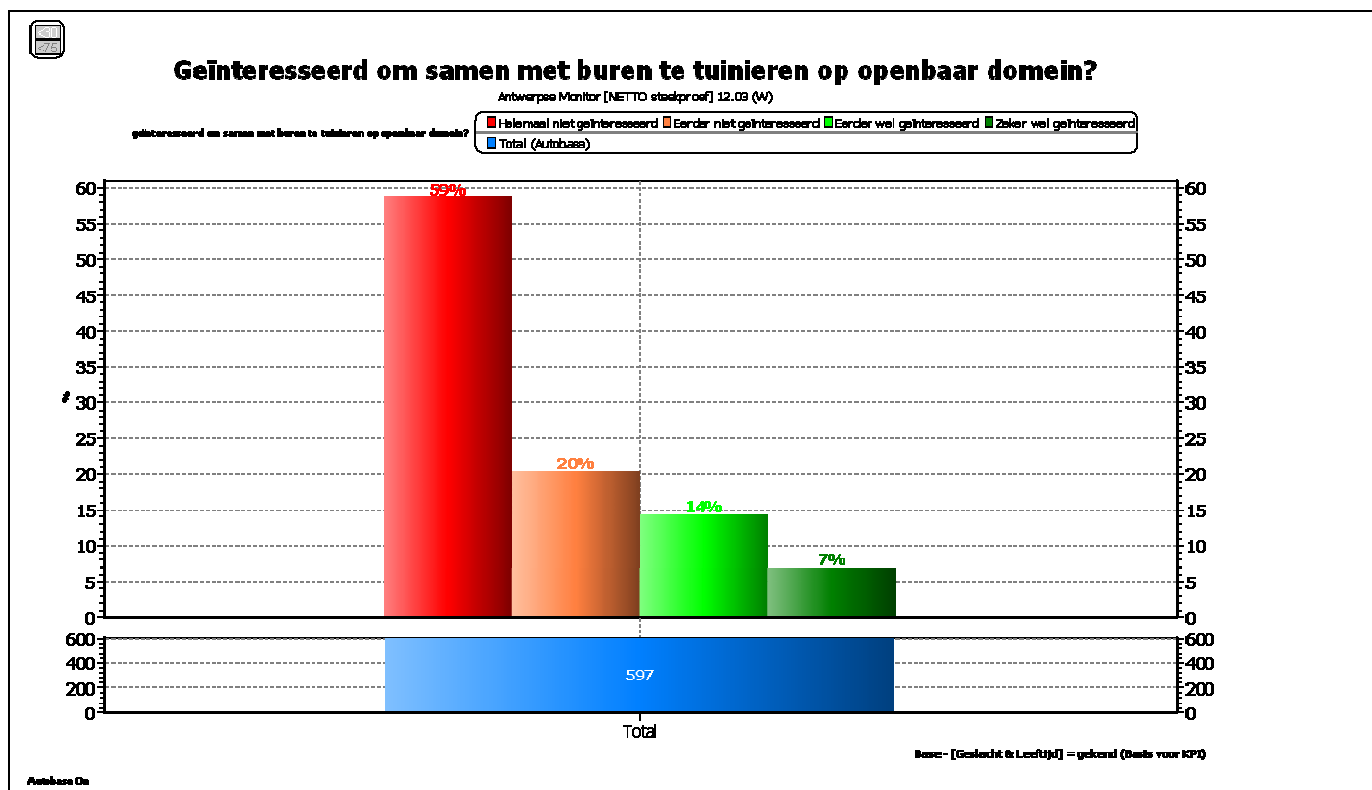
In golf 3 werden enkele vragen opgenomen in verband met gemeenschapstuinieren. Zo stellen we vast dat 77% niet over een eigen moestuin beschikt.

Grafiek 165: Hebt u een eigen moestuin in uw tuin, op uw terras, stadskoer of elders?



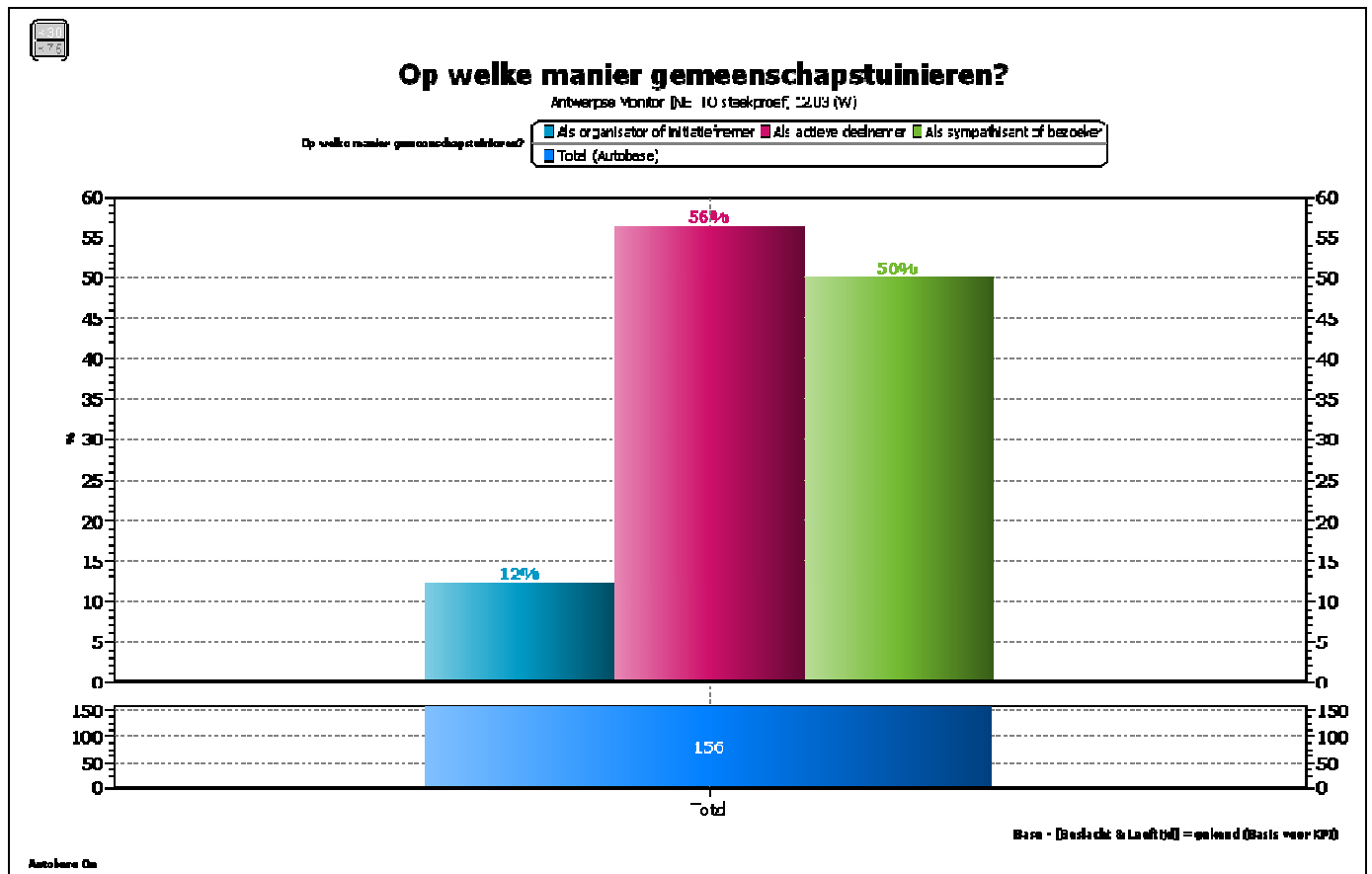
Uit de volgende grafiek blijkt dat 21% van de respondenten wel interesse heeft in gemeenschapstuinieren.

Grafiek 166: Geïnteresseerd in tuinieren op openbaar domein



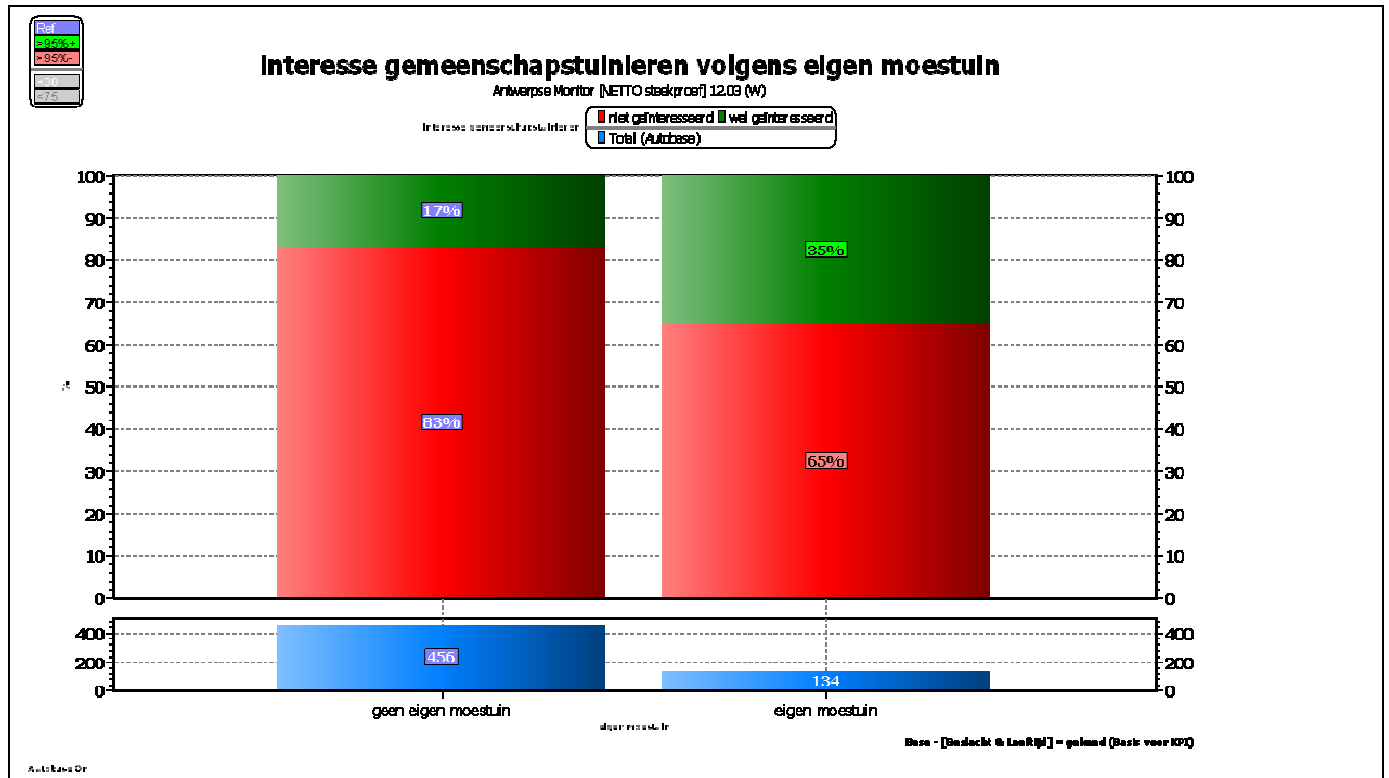
Van de geïnteresseerden wil 12% zelf het initiatief of de organisatie op zich nemen, 56% wil actief deelnemen en 50% ziet zich als sympathisant of bezoeker.

Grafiek 167: Op welke manier gemeenschapstuinieren?



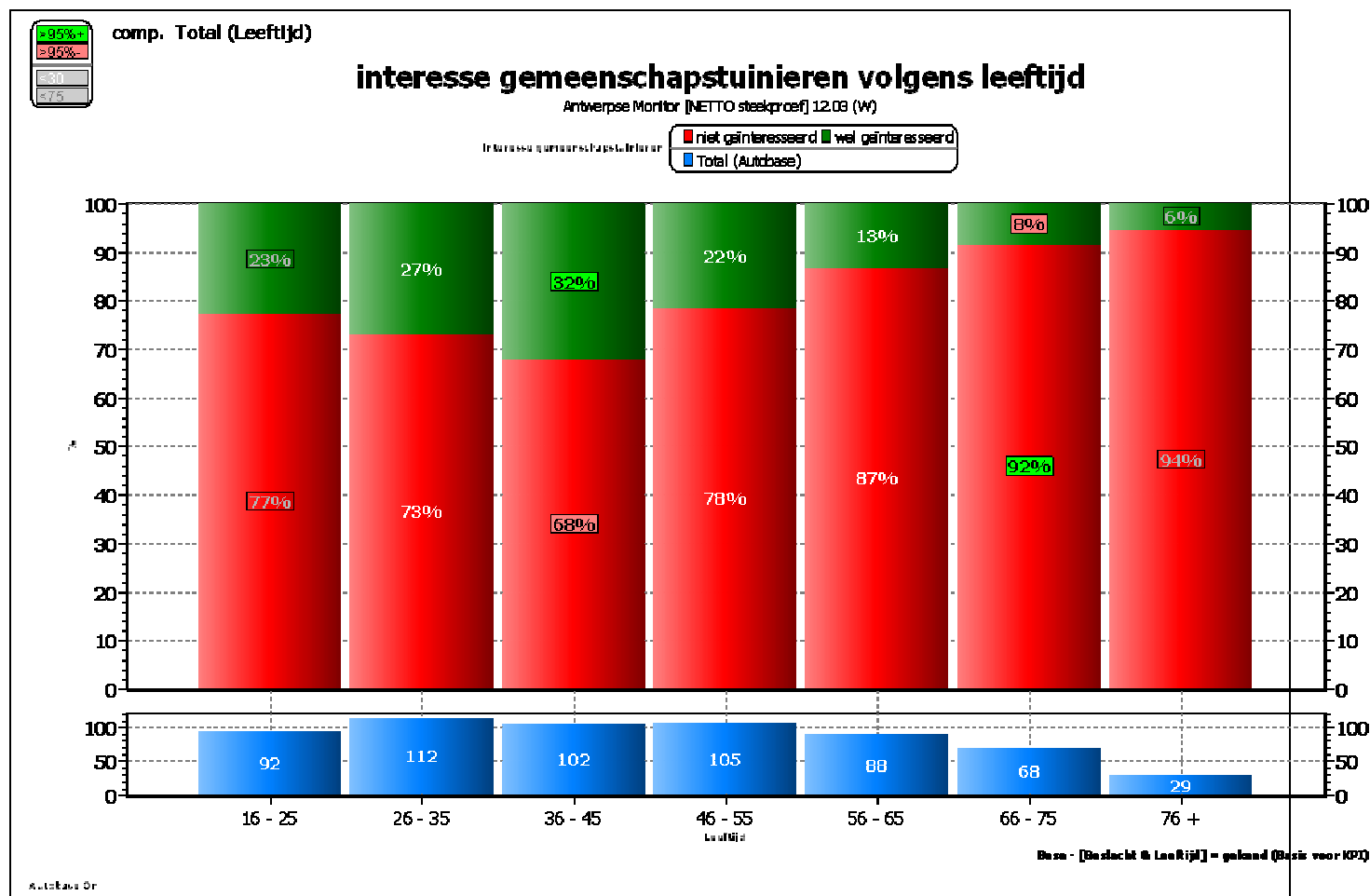
Opvallend is nog dat mensen die een eigen tuin hebben ook meer interesse hebben in gemeenschapstuinieren.

Grafiek 168: Interesse gemeenschapstuinieren volgens eigen moestuin



We stellen verder nog vast dat de interesse in gemeenschapstuinieren daalt naarmate de leeftijd stijgt.

Grafiek 169: Interesse gemeenschapstuinieren volgens leeftijd



Er is echter geen verschil in interesse bij kruising met volgende variabelen:

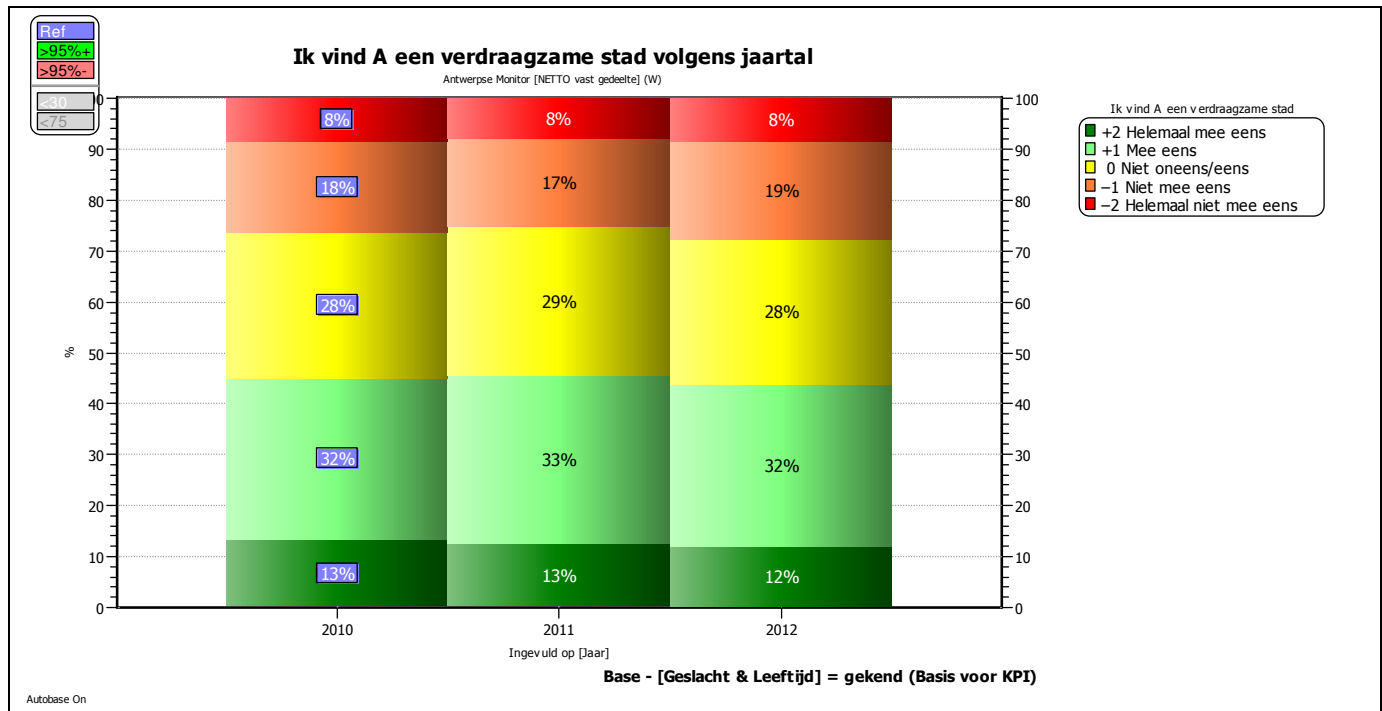
- geslacht
- eigenaar/huurder of sociale huurder
- scholingsgraad
- origine
- thuistaal
- tevredenheid met hoeveelheid vrije tijd

Het zal ten slotte niet verbazen dat er in buurten met hoge verstedelijkingsgraad meer interesse is in gemeenschapstuinieren.

6.6 Stad Antwerpen, verdraagzame stad?

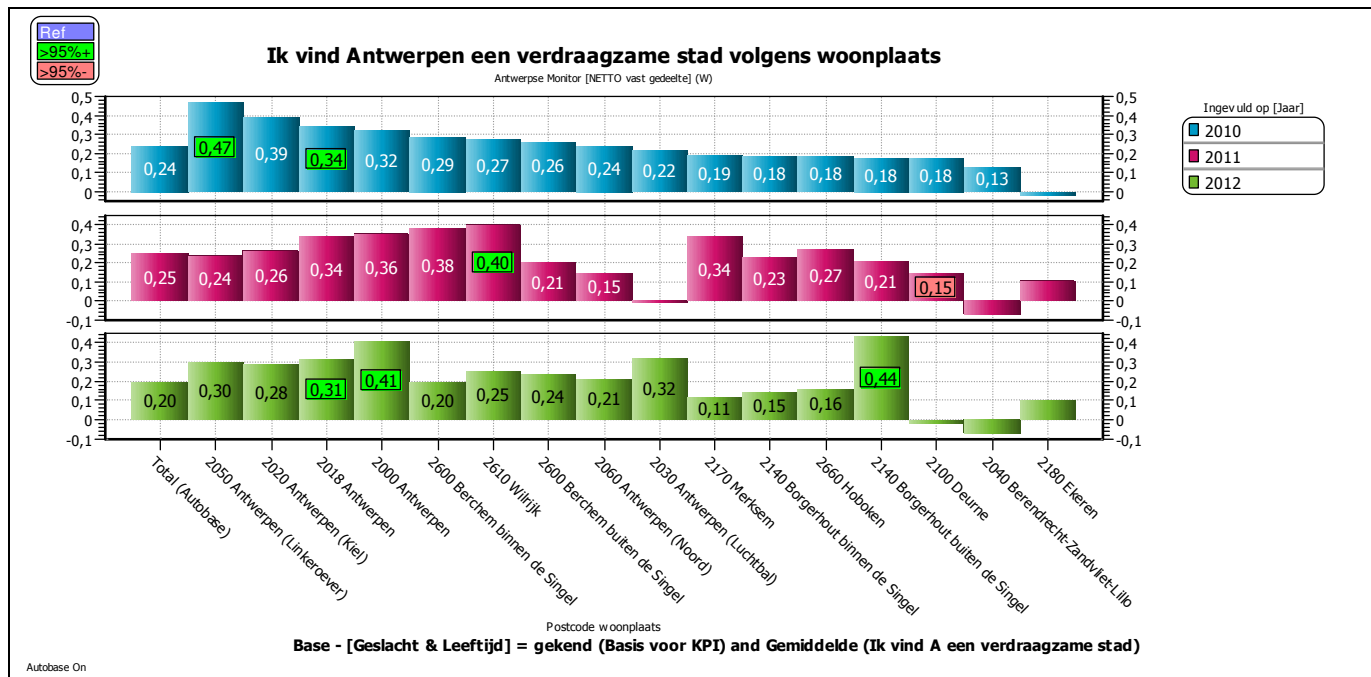
Ongeveer één op vier respondenten vindt Antwerpen geen verdraagzame stad, 46% vindt dit wel. Bijna drie op tien heeft een neutrale mening. We zien geen evolutie over de jaren heen.

Grafiek 170 Ik vind Antwerpen een verdraagzame stad, 2010, 2011 en 2012



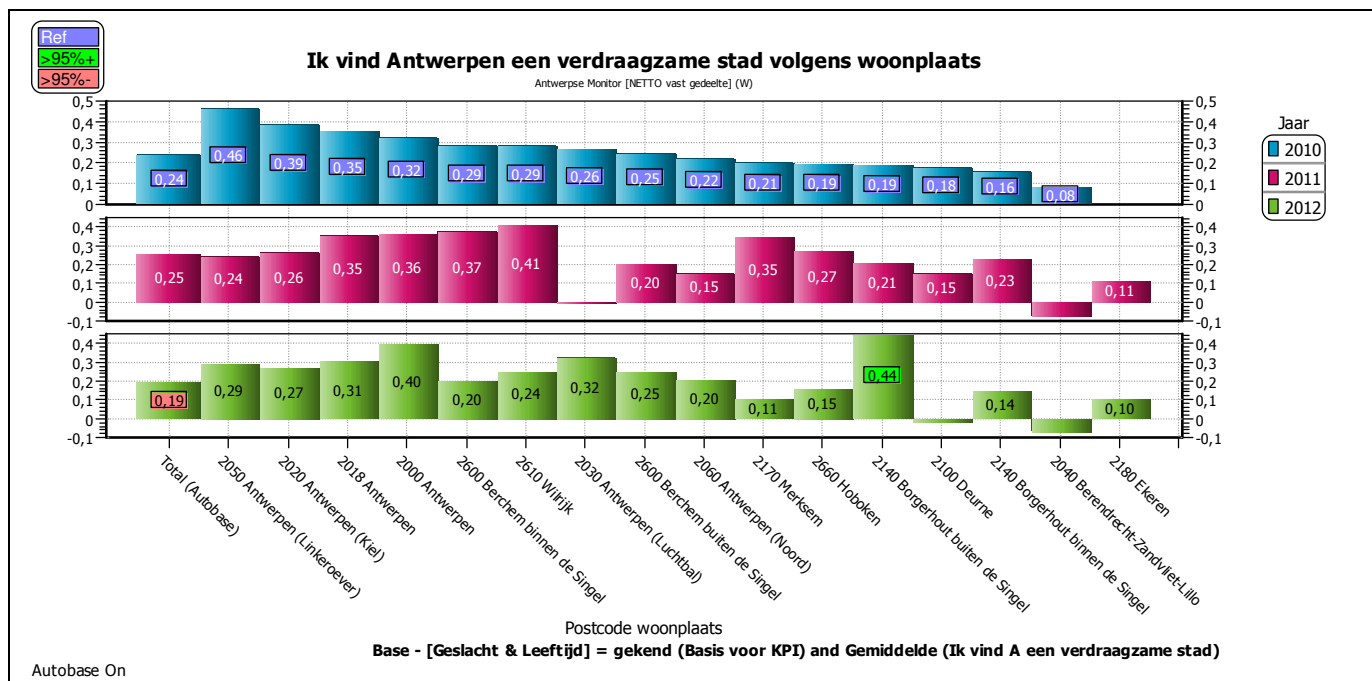
Terwijl in 2010 alleen de Ekerse respondenten Antwerpen significant vaker geen verdraagzame stad vinden, is dat in 2011 ook het geval voor de respondenten van Luchtbal, Deurne en Berendrecht-Zandvliet-Lillo. De respondenten van 2000 Antwerpen en Wilrijk hebben opvallend minder problemen met onverdraagzaamheid. Terwijl de respondenten van Linkeroever in 2010 veruit het vaakst de stad verdraagzaam vonden, is dat in 2011 gedaald tot op het Antwerpse gemiddelde.

Grafiek 171 Ik vind Antwerpen een verdraagzame stad, volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



In de volgende grafiek nemen we 2010 als referentie. We stellen dan vast dat het algemene gemiddelde in 2012 gedaald is ten opzichte van 2010. Borgerhout buiten de Singel gaat erop vooruit wat deze stelling betreft.

Grafiek 172: Ik vind Antwerpen een verdraagzame stad volgens woonplaats



Hoofdstuk 7: Een goed georganiseerde en bestuurd stad

Gekoppelde strategische doelstellingen:

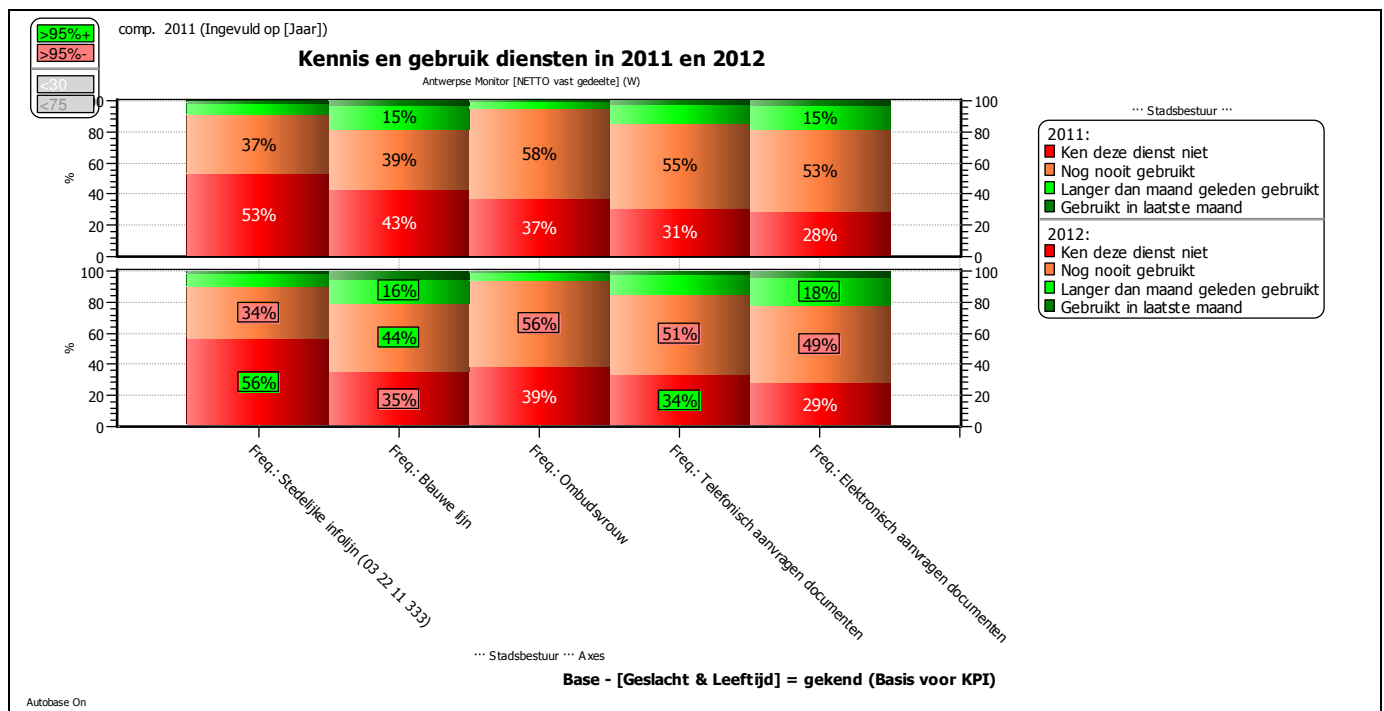
- MC02: door zich te profileren als een sterk merk streeft de stad naar een maximale positieve beeldvorming over Antwerpen als de meest aantrekkelijke leefomgeving voor wie er woont, werkt of op bezoek komt.
- DL01: de stad en het OCMW garanderen een kwaliteitsvolle, klantvriendelijke dienstverlening op maat van en dicht bij iedere burger via één geïntegreerd dienstverleningsnetwerk en in samenwerking met derden.

Hier kijken we tot slot nog naar de kennis en het gebruik van enkele algemene vormen van stedelijke dienstverlening en de waardering van het stadsbestuur in het algemeen.

7.1 Kennis en gebruik diensten

Van de vijf permanent bevroegde diensten zijn het telefonisch en elektronisch loket het meest gekend. Het minst gekend is nog altijd de stedelijke infolijn: 53% kent deze niet. Er wordt enkel een vergelijking gemaakt met 2011 omdat er een aanpassing gebeurde van de antwoordcategorieën. In 2011 veranderde de tweede categorie van 'nog nooit gebruikt' naar 'ken ik, maar nog nooit gebruikt'.

Grafiek 173 Kennis en gebruik diensten tijdens de afgelopen maand, 2011 en 2012

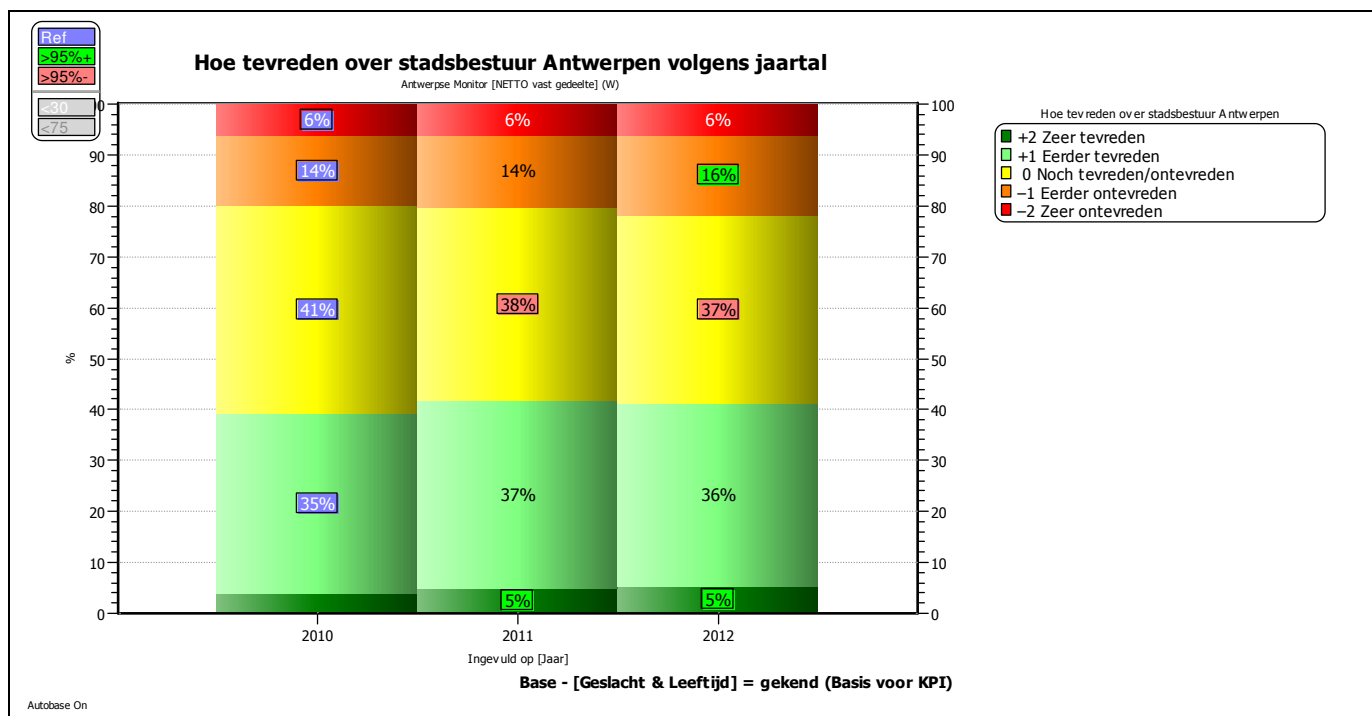


7.2 Tevredenheid over het stadsbestuur

Hoe tevreden zijn de Antwerpenaren over het stadsbestuur?

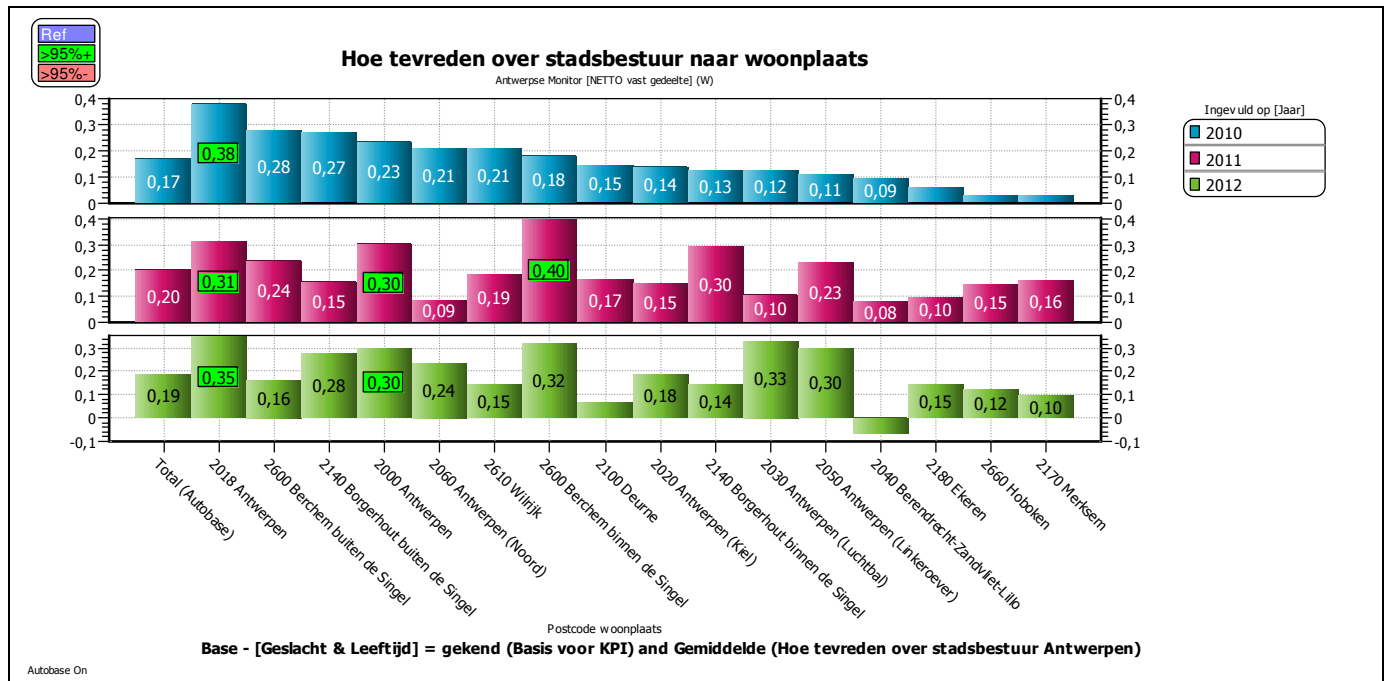
In 2011 is in totaal 42% van de respondenten tevreden over het stadsbestuur, 20% is ontevreden en 38% spreekt zich hier niet echt over uit. Dit is een zichtbare vooruitgang t.o.v. 2010. Het aantal zeer tevreden steeg van 4% naar 5%. In 2012 is het aandeel eerder ontevreden significant groter dan in 2010.

Grafiek 174 Mate van tevredenheid over het stadsbestuur Antwerpen, 2010, 2011 en 2012



In 2012 was men in Antwerpen (2000) en Antwerpen (2018) significant tevredener over het stadsbestuur dan de andere districten. Wanneer we de tevredenheid van 2012 vergelijken met 2010, zien we geen significante verschillen (grafiek niet opgenomen).

Grafiek 175 Mate van tevredenheid over het stadsbestuur Antwerpen, volgens woonplaats, 2010, 2011 en 2012



7.3 Imago stad

Het imago van de stad werd in 2012 op 3 verschillende manieren gemeten.

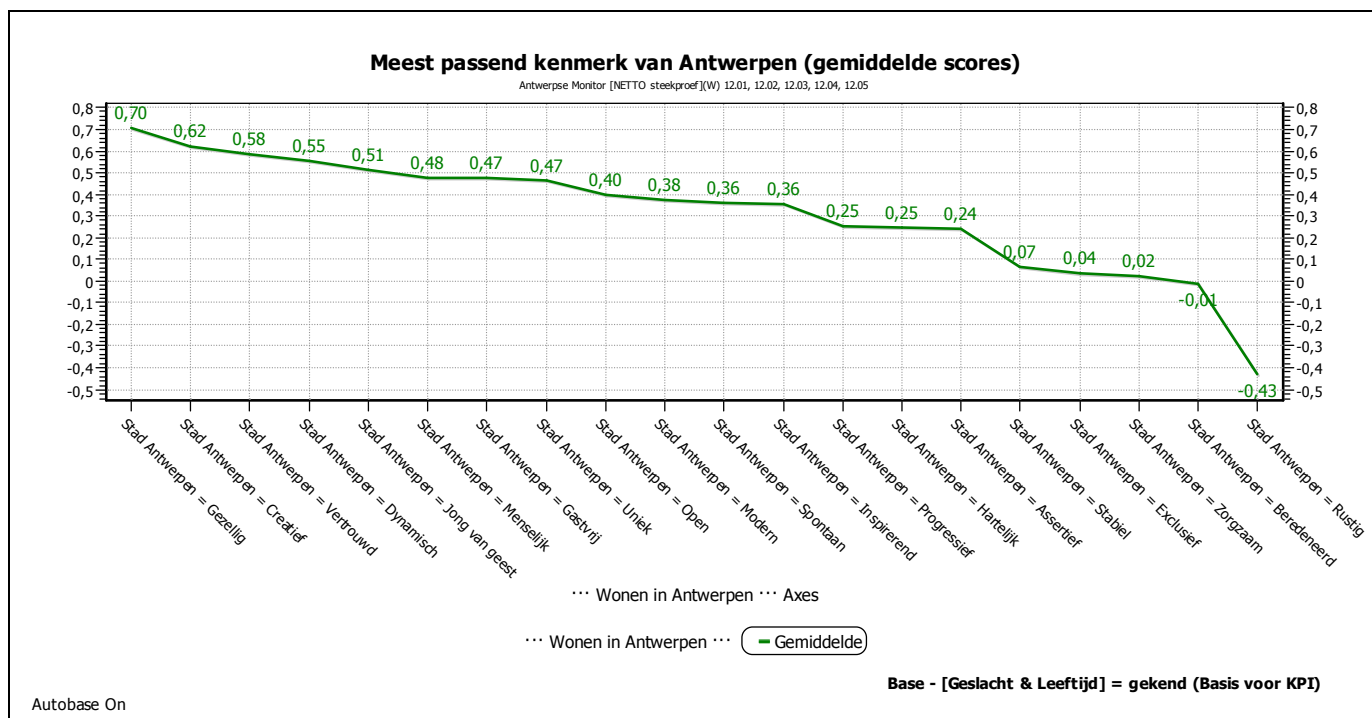
In de golven 1 tot en met 5 was de vraag als volgt:

Net als mensen zou de stad waar we wonen een persoonlijkheid kunnen hebben. Duid in de onderstaande lijst aan welke woorden gebruikt kunnen worden voor het omschrijven van de persoonlijkheid van de stad Antwerpen. U kan aanduiden in welke mate u vindt dat deze kenmerken passen bij de stad Antwerpen.

	past helemaal niet --	past eerder niet -	noch niet, noch wel +/-	past eerder wel +	past helemaal wel ++
rustig	☐	☐	☐	☐	☐
gastvrij	☐	☐	☐	☐	☐
jong van geest	☐	☐	☐	☐	☐
creatief	☐	☐	☐	☐	☐

vertrouwd	☐	☐	☐	☐	☐
gezellig	☐	☐	☐	☐	☐
spontaan	☐	☐	☐	☐	☐
uniek	☐	☐	☐	☐	☐
beredeneerd	☐	☐	☐	☐	☐
hartelijk	☐	☐	☐	☐	☐
inspirerend	☐	☐	☐	☐	☐
exclusief	☐	☐	☐	☐	☐
stabiel	☐	☐	☐	☐	☐
open	☐	☐	☐	☐	☐
dynamisch	☐	☐	☐	☐	☐
modern	☐	☐	☐	☐	☐
zorgzaam	☐	☐	☐	☐	☐
assertief	☐	☐	☐	☐	☐
progressief	☐	☐	☐	☐	☐
menselijk	☐	☐	☐	☐	☐

In de volgende grafiek worden de kenmerken gerangschikt in volgorde van gemiddelde waarde.
Grafiek 176: Meest passende kenmerk van Antwerpen



In golven 6 en 7 werd gevraagd om 3 voorkeuren op te geven in een lijst van omschrijvingen van de stad Antwerpen.

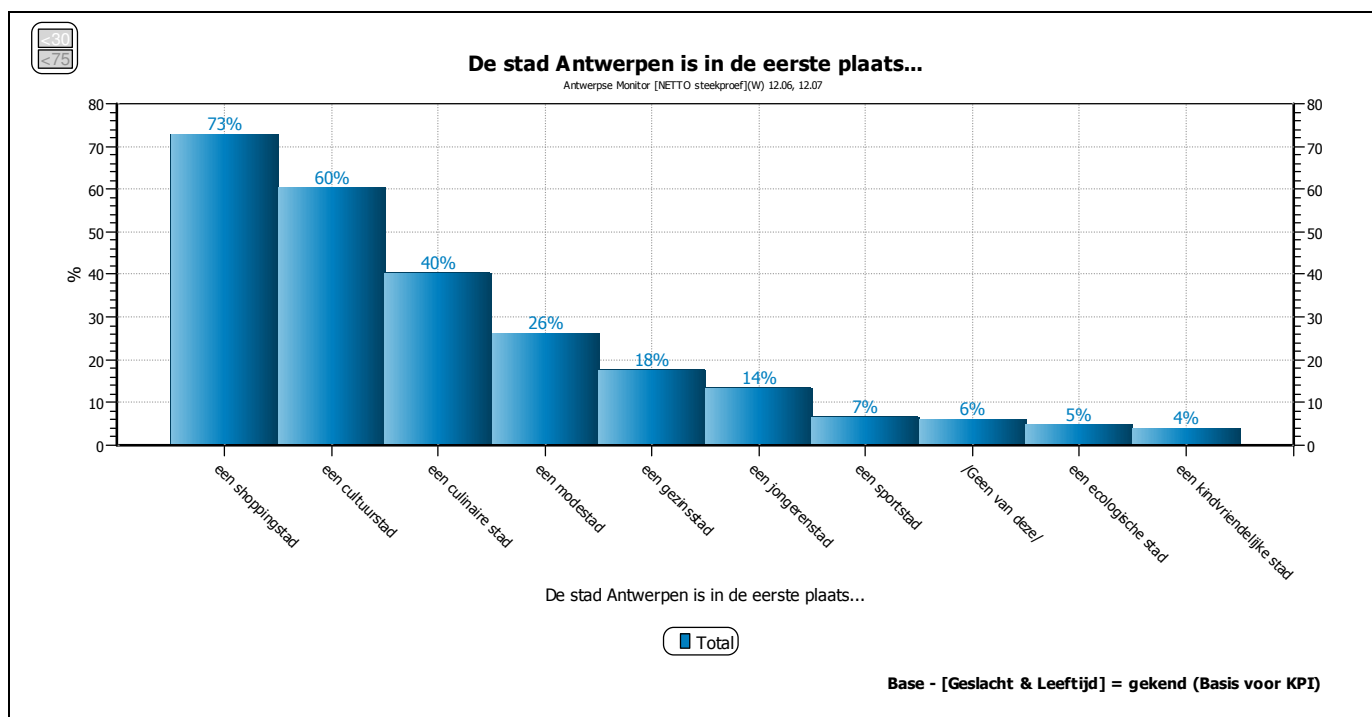
5. Welke soort stad is de stad Antwerpen voor u in de eerste plaats?

Geef maximum 3 voorkeuren aan.

- ☐ een ecologische stad
- ☐ een shoppingstad
- ☐ een culinaire stad
- ☐ een cultuurstad
- ☐ een sportstad
- ☐ een gezinsstad
- ☐ een jongerenstad
- ☐ een kindvriendelijke stad
- ☐ een modestad
- ☐ geen van bovenstaande

Uit de volgende grafiek blijkt dat Antwerpen vooral gezien wordt als een shoppingstad, een cultuurstad en een culinaire stad.

Grafiek 177: De stad Antwerpen is in de eerste plaats



In golf 8 werd gevraagd om aan te geven hoe toepasselijk volgende benamingen zijn op de stad Antwerpen. De vraag was als volgt:

In welke mate vindt u dat de volgende benamingen van toepassing zijn op de stad Antwerpen? Duid één antwoord per rij aan.

Antwerpen is...	Helemaal niet --	Eerder niet -	Noch wel, noch niet +/-	Eerder wel +	Helemaal wel ++
een ecologische stad	☐	☐	☐	☐	☐
een shoppingstad	☐	☐	☐	☐	☐
een culinaire stad	☐	☐	☐	☐	☐
een cultuurstad	☐	☐	☐	☐	☐
een sportstad	☐	☐	☐	☐	☐
een gezinsstad	☐	☐	☐	☐	☐
een jongerenstad	☐	☐	☐	☐	☐
een kindvriendelijke stad	☐	☐	☐	☐	☐
een modestad	☐	☐	☐	☐	☐
een studentenstad	☐	☐	☐	☐	☐

Ook wanneer we respondenten laten scoren via mate van toepasbaarheid, komt Antwerpen als shoppingstad en Antwerpen als cultuurstad op de eerste en tweede plaats en op de derde plaats culinaire stad.

Grafiek 178: Mate van toepasbaarheid omschrijving op Antwerpen (gemiddelde scores)

